

**RESPON MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI TERHADAP INFORMASI *HOAX*
DI MEDIA BERITA ONLINE**



Skripsi
Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi jurusan Jurnalistik
Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Oleh:

IRA AFRIANI SAMIR
50500114070

**JURUSAN JURNALISTIK
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ira Afriani Samir
NIM : 50500114070
Tempat/Tanggal Lahir : Langkana, 09 Januari 1997
Jurusan : Jurnalistik
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jalan Kalimantan No.90 Aspom Makassar
Judul : Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat orang lain secara keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 17 November 2018
Penyusun,



Ira Afriani Samir
NIM : 50500114070

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “**Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online**” yang disusun oleh Ira Afriani Samir, NIM: 50500114070, Mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 21 November 2018 dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik.

Makassar, 22 November 2018 M
13 Rabiul Awal 1440 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Hj. Nurlaelah Abbas, Lc, MA




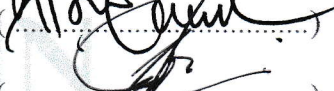


Sekretaris : Drs. Muh. Nur Latief, M.Pd

Munaqys I : Drs. Alamsyah, M.Hum


Munaqys II : Hartina Sanusi, S.Pt, M.Ikom

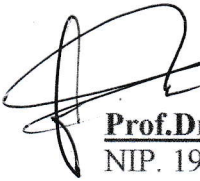
Pembimbing I : Drs. Syam'un, M.Pd, MM

Pembimbing II: Andi Fauziah Astrid, S.Sos, M.Si

()
()
()
()
()
()

Diketahui oleh :

 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar.


Prof. Dr. H. Abd Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si. MM
NIP. 19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang dengan Rahmat dan Hidayah-Nya yang senantiasa memberikan pencerahan kepada manusia yang berwatak ala kadarnya ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online”. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada sosok manusia yang diberi kemuliaan sehingga Allah SWT dan malaikatpun bershalawat padanya, baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Penulis menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, hal ini tak lain dan tak bukan di sebabkan oleh kekurangan penulis sebagai manusia biasa. Oleh karena itu, untuk menjadikan tulisan ini sebagai karya yang baik, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak.

Pengalaman dalam pengetahuan selama ini merupakan sesuatu yang sangat berharga dengan nilai yang tak terhingga. Ketekunan dan keseriusan yang beriringan dengan doa dari berbagai pihak telah mengantarkan penulis untuk mendapatkan semestinya, walaupun tidak seutuhnya.

Penulis tidak dapat memungkiri bahwa apa yang penulis peroleh selama ini ialah perjuangan bersama. Dukungan, semangat, beserta perhatian yang tulus menjadi suatu semangat tersendiri bagi penulis dalam memapaki dunia ini. Sejatinnya, suatu

keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari dukungan dan peran berbagai elemen yang terlibat di dalamnya.

Pada kesempatan ini pula, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si beserta Wakil Rektor Bidang Akademik Pengembangan Lembaga, Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Prof. Siti Aisyah, M.A., Ph.D, dan Wakil Rektor IV Prof. Hamdan Juhannis, Ph.D, yang telah menyediakan fasilitas belajar sehingga penulis dapat mengikuti kuliah dengan baik.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Prof. Dr. H. Abd Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si, M.M. beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. H. Misbahuddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Dr. H. Mahmuddin, M.Ag, dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I, yang telah memberikan berbagai fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
3. Ketua Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Alamsyah, M.Hum dan Sekretaris Jurusan, Dr. Syamsidar, M.Ag., yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
4. Pembimbing I Bapak Drs. Syam'un, M.Pd., MM dan pembimbing II Ibu Andi Fauziah Astrid, S.Sos., M.Si yang telah banyak meluangkan waktu dengan sabar dan

memberikan segenap arahan dan nasehat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan seperti saat ini.

5. Munaqisy I Bapak Drs. Alamsyah, M.Hum dan munaqisy II Ibu Hartina Sanusi, S.Pt.,M.I.Kom yang telah menguji dengan penuh kesungguhan demi kesempurnaan skripsi ini serta memberikan koreksi untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bimbingan dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan di UIN Alauddin Makassar.

7. Kepala Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta Stafnya yang telah banyak membantu penulis dalam mengatasi kekurangan literasi dalam penelitian skripsi ini.

8. Kepada seluruh staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan pelayanan terbaiknya.

9. Terima kasih kepada seluruh teman – teman jurnalistik angkatan 2014 yang telah memberi banyak warna dan cerita kepada penulis selama duduk dibangku perkuliahan, utamanya teman – teman kelas jurnalistik B yang telah menjadi kawan suka dan duka penulis selama ini, terima kasih telah hadir melukis kisah dan cerita dalam hidup penulis.

10. Terima kasih kepada pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan izin penelitian kepada peneliti, utamanya bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden penulis.

11. Teruntuk kedua adik penulis Syawal Syam dan Rosni Samir, terima kasih atas segala dorongan semangat dan materi yang diberikan agar penulis lekas wisuda.

12. Terkhusus untuk orang yang luar biasa dalam hidup penulis, penulis ucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Samir dan Ibunda Nurjaya atas segalanya, terima kasih telah menjadi penyemangat, terima kasih untuk segala dorongan semangatnya, segala doa yang dipanjatkan untuk kehidupan penulis, serta segala bantuannya, terima kasih telah mengasuh dan mendidik penulis dari kecil hingga saat ini, terima kasih yang tak terhingga dan tak berujung. Penulis menyadari bahwa segala bentuk ucapan terima kasih penulis tidak akan pernah sebanding dengan segala pengorbanan yang dilakukan oleh ayah dan ibu.

Penulis menyadari karya ini merupakan sebuah karya sederhana yang sarat dengan kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi yang penulis persembahkan ini dapat bermanfaat. Akhirnya, dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini.

WassalamuAlaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Samata-Gowa,

2018

Penulis



Ira Afriani Samir
NIM :50500114070

ABSTRAK

Nama : Ira Afriani Samir

NIM : 50500114070

Judul : Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online. Pokok permasalahannya ialah Bagaimana respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online, dengan sub masalah yakni respon kognitif, Afektif, dan Psikomotorik.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi angkatan 2014 yang berjumlah 618 orang dan dengan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 88 responden menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dengan taraf kesalahan 10%. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket dan metode dokumentasi. Uji validasi menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dan untuk uji reabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* di atas 0.222 variabel penelitian dinyatakan *reliable* dengan jumlah 0.470.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada respon kognitif mahasiswa memberikan respon yang tinggi, dengan jumlah rata-rata sebesar 79 dengan persentase (90.25%) dengan menggunakan tabulasi silang. Pada respon afektif mahasiswa menunjukkan respon yang negatif hal ini terbukti dengan jumlah rata-rata sebesar 67 dengan persentase (76.13%) dengan menggunakan tabulasi silang. Untuk pada bagian respon secara psikomotorik mahasiswa menunjukkan tindakan yang negatif terhadap informasi hoax di media berita online hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata sebesar 73 dengan persentase (83.5%) dengan menggunakan tabulasi silang.

Implikasi dari penelitian ini penulis berharap agar kiranya seluruh masyarakat utamanya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, senantiasa memerhatikan sumber berita yang mereka baca dan mengklarifikasinya sebelum akhirnya memercayainya, agar tidak menjadi korban informasi hoax atau berita hoax. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat kasus yang sama agar kiranya mengkaji lebih jauh mengenai respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online, dari hubungan atau pengaruh dari dampak Hoax itu tersendiri terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR..... x

ABSTRAK..... xii

BAB I PENDAHULUAN 1 - 13

A. Latar Belakang1

B. Rumusan Masalah.....5

C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian6

D. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu8

E. Tujuan dan Kegunaan penelitian 12

BAB II TINJAUAN TEORITIS 14– 45

A. Teori Respon14

B. Tinjauan Tentang *Hoax*.....21

C. Tinjauan Tentang Media Online.....36

D. Teori S-O-R.....43

E. Kerangka Berpikir.....45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 46 – 56

A. Jenis dan Lokasi Penelitian46

B. Pendekatan Penelitian47

C. Populasi dan Sampel47

D. Metode Pengumpulan Data50

E. Instrumen Penelitian51

F. Uji Validasi dan Reabilitas.....	51
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57-108
A. Hasil Penelitian.....	57
1. Karakteristik Responden dan Tingkat Penggunaan Portal Berita ..	57
2. Analisis Respon Kognitif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online.....	67
3. Analisis Respon Afektif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online.....	76
4. Analisis Respon Psikomotorik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online.....	81
5. Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Berita <i>Hoax</i> di Media Massa Online	86
B. Pembahasan	98
BAB V PENUTUP	109-112
A. Kesimpulan.....	109
B. Implikasi	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

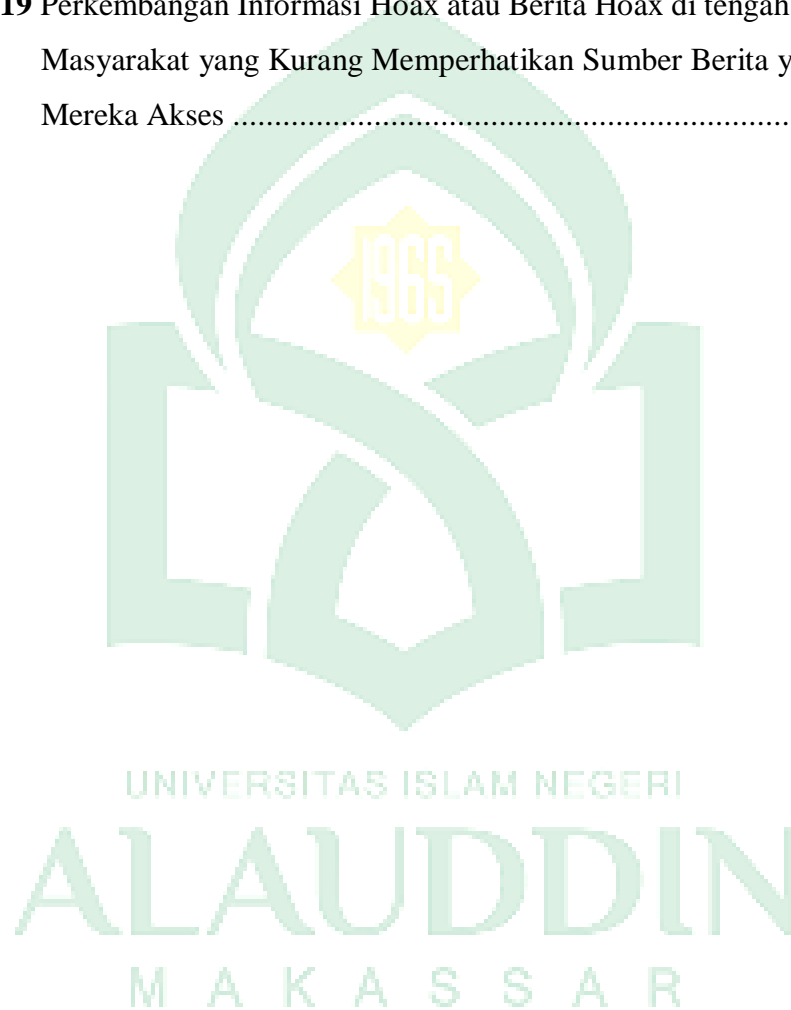
Tabel 1.1 Review Perbandingan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Uji Validasi	52
Tabel 3.2 Uji Reabilitas Variabel.....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden	59
Tabel 4.3 Jurusan Responden	60
Tabel 4.4 Portal Berita yang Biasa Diakses	62
Tabel 4.5 Alat Elektronik yang di Gunakan dalam Mengakses Portal Berita	63
Tabel 4.6 Berapa Kali Mengakses berita dalam Sehari	63
Tabel 4.7 Informasi yang Biasa diakses di Portal Berita	64
Tabel 4.8 Pengaksesan Portal Berita untuk Mengisi Waktu Luang dan Bersantai...	65
Tabel 4.9 Alasan yang Membuat Tertarik untuk Mengakses Portal Berita	66
Tabel 4.10 Pengetahuan Responden terhadap apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau Palsu	67
Tabel 4.11 Kemampuan Responden dalam Membedakan Beita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya	69
Tabel 4.12 Kemampuan Memahami Perbedaan Antara Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya	70
Tabel 4.13 Penerapan Pengetahuan Responden saat Membaca Berita Hoax di Portal Berita.....	72
Tabel 4.14 Kemampuan Menganalisis Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya	73
Tabel 4.15 Tabel Silang Respon Kognitif	75
Tabel 4.16 Menanggapi Beita Hoax di Portal Berita	76
Tabel 4.17 Mengelola Berita yang dibaca di Portal Berita	78
Tabel 4.18 Cara Memverifikasi Kepalsuan Berita yang dibaca	79

Tabel 4.19 Tabel Silang Respon Afektif	81
Tabel 4.20 Bentuk Tindakan Mahasiswa Setelah Mendapati Informasi Hoax di Media Berita Online.....	82
Tabel 4.21 Keikutsertaan dalam Penyebaran Informasi Hoax di Media Berita Online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan.....	84
Tabel 4.22 Tabel Silang Respon Psikomotorik	86
Tabel 4.23 Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online	87
Tabel 4.24 Hal yang Membuat Tertarik Membaca Informasi Hoax di Media Berita Online	89
Tabel 4.25 Jenis Informasi Hoax Atau Berita Hoax yang Sering di Temukan	91
Tabel 4.26 Dampak Buruk yang di Akibatkan oleh Informasi Hoax atau Berita Palsu Terhadap Realitas Berita yang di Beritakan dari Sudut Pandang Komunikasi Massa	93
Tabel 4.27 Media Berita Online atau Portal Berita Menjadi Penyalur Informasi atau Berita Hoax Paling Produktif diBandingkan Media Massa Lain....	95
Tabel 4.28 Perkembangan Informasi Hoax atau Berita Hoax di tengah Masyarakat yang Kurang Memperhatikan Sumber Berita yang Mereka Akses	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir	48
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	58
Gambar 4.2 Usia Responden.....	59
Gambar 4.3 Jurusan Responden.....	61
Gambar 4.4 Pengetahun Responden terhadap apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau Palsu.....	68
Gambar 4.5 Kemampuan Responden dalam Membedakan Beita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya.....	70
Gambar 4.6 Kemampuan Memahami Perbedaan Antara Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya	71
Gambar 4.7 Penerapan Pengetahuan Responden saat Membaca Berita Hoax diPortal Berita	73
Gambar 4.8 Kemampuan Menganalisis Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya	74
Gambar 4.9 Menanggapi Beita Hoax di Portal Berita.....	77
Gambar 4.10 Mengelola Berita yang dibaca di Portal Berita	78
Gambar 4.11 Cara Memverifikasi Kepalsuan Berita yang dibaca.....	80
Gambar 4.12 Bentuk Tindakan Mahasiswa Setelah Mendapati Informasi Hoax di Media Berita Online.....	83
Gambar 4.13 Keikutsertaan dalam Penyebaran Informasi Hoax di Media Berita Online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan	85
Gambar 4.14 Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online.....	88
Gambar 4.15 Hal yang Membuat Tertarik Membaca Informasi Hoax di Media Berita Online	90
Gambar 4.16 Jenis Informasi Hoax Atau Berita Hoax yang Sering di Temukan....	92

Gambar 4.17 Dampak Buruk yang di Akibatkan oleh Informasi Hoax atau Berita Palsu Terhadap Realitas Berita yang di Beritakan dari Sudut Pandang Komunikasi Massa.....	94
Gambar 4.18 Media Berita Online atau Portal Berita Menjadi Penyalur Informasi atau Berita Hoax Paling Produktif diBandingkan Media Massa Lain .	96
Gambar 4.19 Perkembangan Informasi Hoax atau Berita Hoax di tengah Masyarakat yang Kurang Memperhatikan Sumber Berita yang Mereka Akses	98



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media informasi di era sekarang ini telah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Seiring dengan perkembangan teknologi, media massa juga mengalami perkembangan yang cukup pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru atau yang dikenal dengan istilah new media dalam hal ini ialah media online akibat terkoneksi internet. Istilah media baru mulai digunakan sejak awal tahun 1990-an awal mulanya internet digunakan hanya untuk keperluan *Departement of Defense America* (Departemen Pertahanan Amerika) yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat pertukaran informasi intelejen mereka pada waktu itu.

Perkembangan zaman yang semakin pesat ditambah dengan teknologi yang semakin canggih menjadikan informasi dari segala penjuru dunia dapat diakses dengan mudah. Oleh siapa saja, dan di mana saja, informasi itu dapat diakses dengan mudahnya tanpa harus berkunjung ke lokasi informasi tersebut.

Semua informasi mengenai penjuru dunia ini dan seisinya, mudah didapatkan, hanya dengan mengetik kata kunci informasi yang dibutuhkan maka semua informasi mengenai kata kunci tersebut akan muncul. Berkat adanya informasi sangat membantu manusia dalam penyelesaian masalah–masalah yang dihadapi, seperti dalam bidang ekonomi, bidang sosial, bidang budaya, bidang pemerintahan, dan sebagainya.

Informasi merupakan hasil dari data yang berupa masukan dari berbagai sumber yang kemudian diolah menjadi sistem yang berfungsi sebagai pengelolah data, untuk menghasilkan informasi yang berupa keluaran yang siap disajikan kepada pemakainya (pemustaka).¹

Manusia menghabiskan hampir separuh waktunya dengan berkomunikasi, baik dalam bentuk kegiatan bercakap-cakap, membaca, menulis, melukis dan sebagainya, semua itu merupakan bentuk dari berkomunikasi. Melakukan komunikasi memberikan kemungkinan seseorang untuk mengubah dan mempengaruhi sikap orang lain, komunikasi juga memberikan kemungkinan pemindahan dan penyebaran ide kepada orang lain atau penemuan ide yang baru. Hal ini dapat berupa informasi yang kita bagikan kepada seseorang saat berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Informasi kini menjadi bagian penting yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Salah satu cara tercepat untuk mendapatkan informasi ialah melalui media massa baik itu media cetak, media elektronik, maupun media online.

Media online yang merupakan media paling baru dan dikenal dengan sebutan *New Media*. Media online adalah media massa yang menggunakan jaringan internet dalam penyampaian informasinya.

Hadirnya *New Media* atau media online membuat khalayak lebih aktif dalam mengakses informasi melalui media online, seperti mengakses portal berita ketimbang informasi yang ada di media cetak. Media online yang memberikan kemudahan dalam

¹ Edi Sutarta, *Pengantar Teknologi Informasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.17.

memperoleh berita baik lokal, nasional, maupun internasional. Ditambah lagi dengan redaksi berita online yang didesain secara menarik bagi para khalayak agar merasa nyaman dan tertarik dengan informasi berita yang disajikan.

Media online merupakan media yang memiliki fungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau juga disebut sebagai media interaktif, di mana media memberikan kemungkinan partisipasi aktif baik penerima maupun pengirim. Media online mampu menampung berita teks, foto, audio, maupun video. Berbeda halnya dengan media cetak yang hanya menampilkan berita teks, dan foto.

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang semakin besar dan dengan cara yang mudah dan praktis, lebih memilih mengakses informasi menggunakan media online, ketimbang media cetak atau media elektronik.

Informasi yang kini dapat diakses dengan mudah dan praktis melalui media massa, utamanya media online, tidak hanya memberikan dampak positif bagi penggunaannya. Namun juga dampak negatif yang mengintai penggunaannya ialah informasi yang tidak benar atau palsu atau dikenal pula dengan istilah *Hoax* hal ini dikarenakan proses penyaringan berita sebelum diterbitkan yang kini dikesampingkan.

Masyarakat yang bergantung terhadap informasi yang diberikan oleh media online, kebanyakan langsung mempercayai apa yang diberitakan oleh media online tersebut, padahal salah satu kelemahan dari media online ialah keakuratan dari apa yang disampaikan. Hal ini dikarenakan semua orang dapat memiliki dan mengoperasikan media online, maksudnya semua orang dapat menjadi produsen, distributor, sekaligus konsumen pesan.

Akibatnya orang yang tidak memiliki keahlian dalam menulis juga dapat membagikan informasi mengenai sesuatu hal yang ingin mereka bagikan, meskipun hal tersebut belum terbukti akan kebenarannya. Hal ini pula yang menjadi salah satu faktor yang meresahkan masyarakat, karena kesibukan masing – masing banyak diantara mereka yang tidak memiliki waktu untuk melakukan pengecekan terhadap kebenaran informasi tersebut dan langsung mempercayainya.

Merajalelanya berita *Hoax* di media massa utamanya media online belakangan ini menjadikan masyarakat menjadi waspada dalam mengkonsumsi informasi yang didapatnya di media massa.

Seperti halnya berita palsu yang pernah menimpa salah satu mantan presiden Indonesia yang ke-3 yakni bapak Prof. Dr. Ing. H. Bacharuddin Jusuf Habibie atau yang lebih dikenal dengan sapaan bapak B. J. Habibie yang diisukan meninggal dunia oleh beberapa media namun hal ini dibantah oleh sekretaris pribadi Bapak B. J. Habibie yakni Bapak Rubijanto “Hoax itu. Beliau masih di Jerman dan kondisi aman”.² Berita *Hoax* mengenai kematian seseorang tidak hanya menimpa mantan orang nomor 1 di Indonesia itu tetapi beberapa selebritis Indonesia juga pernah diisukan meninggal dunia, seperti Fatin Shidqia Lubis yang dikabarkan meninggal dunia karena kecelakaan, begitu pula dengan Bondan Prakoso yang dikabarkan meninggal dunia, setelah foto dirinya diunggah di jejaring sosial dengan tulisan “RIP” yang merupakan singkatan dari “Rest in Peace” yang berarti beristirahatlah dengan tenang, namun hal

² www.detik.com

ini diklarifikasi bahwa “RIP” itu merupakan judul dari lagu Bondan “Rhyme In Peace” yang dijadikan candaan oleh para haters.

Maraknya berita yang tidak benar atau palsu, atau yang dikenal dengan istilah *Hoax*, di jejaring media online menjadi sesuatu hal yang menarik untuk diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik mengkaji lebih jauh terkait respon yang dihasilkan dari berita *Hoax*, selanjutnya mengadakan penelitian dengan judul ***“Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti mengangkat pokok rumusan masalah yakni Bagaimana respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi *Hoax* di media berita online, berangkat dari rumusan masalah pokok tersebut, sub masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana respon kognitif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi *Hoax* di media berita online?
2. Bagaimana respon afektif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi *Hoax* di media berita online?
3. Bagaimana respon psikomotor Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi *Hoax* di media berita online?

C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Definisi Operasional

Judul yang diangkat pada penelitian ini adalah “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online” sehingga untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang diajukan dalam penelitian ini, penulis menguraikan makna kata – kata kunci yang terdapat dalam judul :

a. Respon

Respon adalah tanggapan, reaksi atau jawaban terhadap suatu permasalahan.³ Sedangkan menurut Wikipedia, respon berarti istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera. Kaitannya terhadap penelitian ini yaitu respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi *Hoax* di Media Berita Online. Respon yang dimaksudkan peneliti pada penelitian ini ialah reaksi mahasiswa baik respon Kognitif (pengetahuan), Afektif (sikap/emosi), ataupun psikomotor (tindakan atau perilaku) mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi ketika mendapati dan menerima berita *Hoax* di Media Massa Online.

³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.952

a. Respon Kognitif / pengetahuan

Respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu.⁴

b. Respon Afektif / sikap

Respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu.⁵

c. Respon Psikomotor / Tindakan

Respon Psikomotor adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.⁶

b. Mahasiswa

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas, sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum universitas. Dalam penelitian ini fokus kajiannya ialah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, lebih fokusnya lagi ialah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Angkatan 2014.

c. Hoax

Hoax biasanya diartikan sebagai berita bohong, atau tidak sesuai dengan kenyataan. Karena kurangnya informasi, pengetahuan, akhirnya digembor-gemborkan, seolah-

⁴ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999) h. 118

⁵ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, h. 118

⁶ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, h. 118

olah informasi itu benar, padahal tidak benar.⁷ Adapun jenis-jenis berita *Hoax* di antaranya, *fake news*, *clickbait*, *confirmation*, *misinformations*, *satire*, *post-truth*.

d. Media massa online

Media massa online adalah, media massa yang menggunakan jaringan internet dalam penyampaian informasinya.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari pembahasan secara universal dan keluar dari pokok masalah yang ada, maka penulis perlu memberikan batasan pembahasan. Oleh karena itu penelitian ini hanya berfokus pada “*Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online*”.

Media berita online yang dimaksudkan disini ialah media berita online atau yang disebut pula sebagai portal berita yang merupakan tempat mengakses informasi menggunakan jaringan internet.

Disini peneliti lebih menekankan terhadap respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi *Hoax* di Media Berita Online. Untuk lebih menfokuskannya lagi peneliti membatasi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada angkatan 2014.

D. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dari pengamatan dan penelusuran penulis, melalui situs pencarian *google.com* dan studi kepustakaan judul yang diangkat penulis “*Respon Mahasiswa*

⁷ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h. 106

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online".

Judul yang di dalamnya terdapat tujuan, manfaat serta harapan dari penulis untuk terwujudnya keberhasilan yang akan datang bagi penulis dan pembacanya kelak. Judul ini belum pernah diangkat oleh penulis–penulis sebelumnya. Namun, dari beberapa literature yang berhubungan dengan penelitian ini utamanya dalam hal respon mahasiswa, ada beberapa penelitian terdahulu yang juga menjadikan mahasiswa sebagai subjek penelitian, di antaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfah mahasiswa program studi konsentrasi Jurnalistik, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2009 dengan judul “Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004-2007 Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia”. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis respon mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Kebebasan Pers di Indonesia serta untuk melihat faktor pendorong munculnya respon mahasiswa atas kebebasan pers. Hasil penelitian ini menunjukkan mahasiswa jurusan Jurnalistik merespon permasalahan kebebasan pers secara positif.⁸
2. Penelitian yang dilakukan oleh M.Gusti Yunanda Tama mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

⁸ Maria Ulfah, “Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004-2007 Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia”, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009)

pada tahun 2017 dengan judul “Tanggapan Mahasiswa Terhadap Bahasa Jurnalistik Tabloid Teknokra” (Studi Tanggapan Mahasiswa Universitas Lampung Angkatan 2015 Terhadap Bahasa Jurnalistik di Tabloid UKPM Teknokra). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tanggapan mahasiswa Universitas Lampung terhadap bahasa jurnalistik dalam berita Tabloid Teknokra. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan respon yang positif dari mahasiswa Universitas Lampung baik dari aspek kognitif, afektif, dan konatif.⁹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Teguh Nurrohman mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwakerto pada tahun 2016 dengan judul yang diangkat “Respon Mahasiswa Dakwah Terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwakerto”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimanakah respon mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto terhadap program siaran radio komunitas STAR FM, serta untuk menambah khazanah pengetahuan dalam bidang ke-radioan bagi mahasiswa komunikasi. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa respon mahasiswa Dakwah IAIN Purwokerto terhadap program siaran radio komunitas STAR FM menghasilkan dua jenis respon, yaitu respon positif dan respon negatif. Respon positif yang didapat yaitu

⁹ M.Gusti Yunanda Tama, “Tanggapan Mahasiswa Terhadap Bahasa Jurnalistik Tabloid Teknokra” (Studi Tanggapan Mahasiswa Universitas Lampung Angkatan 2015 Terhadap Bahasa Jurnalistik di Tabloid UKPM Teknokra), *Skripsi* (Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2017)

berupa dukungan terhadap siaran Radio STAR FM, sedangkan respon negatif menunjukkan penolakan atau adanya ke tidak sependapat dengan siaran radio komunitas STAR FM.¹⁰

Perbedaan terhadap penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Table tentang Review Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Judul	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Maria Ulfah/ Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004- 2007 Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia.	Penelitian ini memiliki kesaamaan yakni terkait tentang respon, serta objek penelitian yang menjadikan mahasiswa sebagai objeknya, dan jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif.	Penelitian ini meneliti respon mahasiswa terhadap kebebasan pers di Indonesia sedangkan peneliti ialah respon mahasiswa terhadap berita <i>Hoax</i> di media massa online.
2.	M.Gusti Yunanda Tama/ Tanggapan Mahasiswa Terhadap Bahasa Jurnalistik Tabloid Teknokra (Studi Tanggapan Mahasiswa Universitas Lampung Angkatan 2015 Terhadap Bahasa Jurnalistik di Tabloid UKPM Teknokra).	Penelitian ini memiliki kesaamaan dalam hal objek penelitiannya yakni menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian, dan jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif	Penelitian ini merujuk pada tanggapan mahasiswa terhadap bahasa jurnalistik pada tabloid, sedangkan dalam peneliti respon mahasiswa terhadap berita <i>Hoax</i> di media massa online
3.	Teguh Nurrohman/ Respon Mahasiswa	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni	Teguh menggunakan jenis penelitian kualitatif

¹⁰ Teguh Nurrohman, "Respon Mahasiswa Dakwah Terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwakerto", *Skripsi* (Purwakerto: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwakerto, 2015)

	Dakwah Terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwakerto	penelitian tentang respon, dan menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian.	deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, fokus penelitian pada penelitian ini ialah respon terhadap siaran radio komunitas STAR FM, sedangkan dalam penelitian ini fokus penelitiannya ialah respon terhadap berita <i>Hoax</i> di media massa online.
--	--	---	---

Sumber: Data Sekunder Peneliti, Juli 2018

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian mengenai Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online ialah :

1. Untuk mengetahui respon kognitif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online.
2. Untuk mengetahui respon afektif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online.
3. Untuk mengetahui respon psikomotor mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun secara praktis. Adapun kegunaan – kegunaan tersebut antara lain:

1. Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan juga sumbansi terhadap ilmu pengetahuan. Selain dari pada itu penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan acuan atau referensi untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengenai Hoax.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Tentang Respon

1. Pengertian Respon

Respon adalah istilah yang digunakan dalam ilmu psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsangan yang diterima oleh panca indera. Respon biasanya diwujudkan dalam bentuk perilaku yang dimunculkan setelah dilakukan perangsangan.¹

Respon adalah jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan atau kuesioner, sebarang tingkah laku baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun tersembunyi atau samar, merupakan suatu yang sangat umum sekali dan merupakan istilah yang paling banyak digunakan dalam psikologi, biasanya bersamaan dengan pemberian sifat.²

Tanggapan atau respon sebagai salah satu fungsi jiwa yang pokok, dapat diartikan sebagai gambaran ingatan dari pengamatan, dalam mana obyek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan.³ Respon atau tanggapan

¹ Andi Khaerunnisa, "Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Terhadap Tayangan Program On The Spot di Trans7", *Skripsi* (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2013), h. 17

² JP.C Haplin, *Kamus Lengkap Psikologi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2005), h. 432

³ Ahmad, Abu, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktis* (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2010) h. 64.

adalah gambaran ingatan dari pengamatan, misalnya berupa kesan pemandangan alam yang baru kita lihat, melodi indah yang menggema dan lain-lain.⁴

Teori behaviorisme menggunakan istilah respon yang dipasangkan dengan rangsangan dalam menjelaskan proses terbentuknya perilaku. Peletak dasar teori behaviorisme ini adalah Ivan Petrovich Pavlov dan William Mc. Dougall. I.P Pavlov adalah seorang sarjana ilmu faal yang fanatik dan sangat anti terhadap psikologi yang kurang ilmiah. Ia mempunyai peran penting dalam psikologi behaviorisme karena studinya tentang reflex yang didasari oleh aliran ini, menurutnya segala aktivitas kejiwaan pada hakikatnya tidak lain dari pada rangkaian reflex.⁵

2. Macam – macam respon

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Menurut Steven M. Chafe respon dibedakan menjadi tiga bagian:

- a. Kognitif : yang dimaksud dengan respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami oleh khalayak, adapun ranah dari kognitif adalah:

⁴ Kartono, Kartini, *Psikologi umum* (Bandung: Mandar Maju, 1996) h. 58.

⁵ Ahmad Fauzi, *Psikologi Umum* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h.28

Kognitif adalah kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa. Bidang ilmu yang mempelajari kognisi ada beberapa, diantaranya ialah psikologi, filsafat, komunikasi, *neurosains*, serta kecerdasan buatan.

Pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang sesuatu dipercaya mampu mempengaruhi sikap dan akhirnya memengaruhi perilaku atau tindakan mereka terhadap sesuatu, yang berarti jika kita ingin merubah perilaku seseorang maka ubahlah terlebih dahulu pengetahuan mereka.

Gejala pengenalan (kognisi) dimulai ketika individu melakukan penginderaan dan pengamatan. Saat itulah individu menerima secara langsung stimuli atau rangsang dari luar. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi ketika individu akan dapat menyadari sesuatu. Antara lain:

1. Adanya obyek yang diamati. Obyek menimbulkan stimulus yang akan ditangkap oleh alat indra atau reseptor. Yang dimaksud stimulus ialah segala sesuatu yang bisa ditangkap alat indra atau reseptor.
2. Alat indra atau reseptor yang cukup baik yaitu alat untuk menerima stimulus.
3. Untuk menyadari atau untuk mengadakan pengamatan sesuatu diperlukan pula adanya perhatian, yang merupakan langkah awal sebagai sesuatu persiapan

dalam mengadakan pengamatan. Tanpa perhatian tidak akan terjadi pengamatan.⁶

Setelah terjadinya proses pengindraan dan pengamatan selanjutnya akan terjadi proses tanggapan. Tanggapan merupakan salah satu fungsi jiwa yang pokok. Tanggapan diartikan sebagai gambaran ingatan dari hasil pengamatan, dalam mana obyek yang telah diamati tidak lagi berada dalam ruang dan waktu pengamatan.

b. Afektif : yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu, adapun ranah dari Afektif Adalah:

Respon Afektif ialah respon yang timbul apabila ada perubahan dari yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu. Perasaan dan emosi umumnya disifatkan sebagai keadaan (*state*) yang ada pada individu atau organisme pada suatu waktu. Menurut Caplin yang dimaksud dengan perasaan adalah keadaan individu sebagai akibat dari persepsi sebagai akibat stimulus baik eksternal maupun internal. Ada tiga sifat perasaan:

1. Pada umumnya perasaan berkaitan dengan persepsi, dan merupakan reaksi terhadap stimulus yang mengalaminya. Tetapi perasaan yang timbul pada masing-masing individu ternyata dapat berbeda satu dengan yang lain. Dengan demikian, sekalipun stimulusnya sama namun perasaan yang ditimbulkan oleh stimulus tersebut dapat berbeda-beda.

⁶ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

2. Perasaan bersifat subyektif, lebih subyektif apabila dibandingkan dengan peristiwa-peristiwa psikis yang lain. Meskipun stimulusnya sama namun perasaan yang dialami individu yang ditimbulkan oleh stimulus tersebut dapat berbeda satu dengan yang lain.
 3. Perasaan dialami oleh individu sebagai perasaan senang atau tidak senang sekalipun tingkatannya dapat berbeda-beda. Namun demikian perasaan senang dan tidak senang bukanlah satu-satunya dimensi dari perasaan.⁷
- c. Konatif (Psikomotorik) : yang dimaksud dengan psikomotorik adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan.⁸
- Adapun ranah dari Konatif atau Psikomotorik adalah:

Respon yang berupa perilaku muncul dikarenakan adanya rangsang dari lingkungan. Jika rangsang dan respon dipasangkan atau dikondisikan maka akan membentuk tingkah laku baru terhadap rangsang yang dikondisikan. Rangsang atau stimulus adalah istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menjelaskan suatu hal yang merangsang terjadinya suatu respon tertentu.

Rangsang merupakan informasi yang dapat diindra oleh panca indra. Rangsangan merupakan suatu hal yang datang dari lingkungan yang dapat menyebabkan respon tertentu yang berkaitan dengan tingkah laku. Respon yang bersifat perilaku (behavioral) bersangkutan dengan masalah melaksanakan atau tidak

⁷ Caplin dalam Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

⁸ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999) h. 118

melaksanakan, mengerjakan ataupun tidak mengerjakan. Pada respon yang bersifat perilaku dilatar belakangi oleh aspek konasi yang meliputi komponen: adanya motif, adanya suatu usaha, adanya saat-saat memilih, adanya suatu keputusan, adanya perbuatan berdasarkan kemauan.⁹

Bentuk-bentuk atau macam respon yang diartikan sebagai tanggapan menurut Agus Sujanto dapat dibedakan berdasarkan indera yang mengamati, menurut terjadinya, dan menurut lingkungannya.

a. Tanggapan menurut indera yang mengamati

- 1) Tanggapan audit adalah tanggapan terhadap apa-apa yang telah didengarnya baik berupa suara, ketukan dan lain-lain.
- 2) Tanggapan visual adalah tanggapan terhadap sesuatu yang dilihatnya.
- 3) Tanggapan perasa adalah tanggapan sesuatu yang dialami oleh dirinya.

b. Tanggapan menurut terjadinya:

- 1) Tanggapan ingatan adalah ingatan masa lampau, yaitu tanggapan terhadap kejadian yang telah lalu.
- 2) Tanggapan fantasi adalah tanggapan masa kini, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang sedang terjadi.
- 3) Tanggapan fikiran adalah tanggapan masa datang atau tanggapan terhadap sesuatu yang akan terjadi.

c. Tanggapan menurut lingkungan

⁹ Jalaluddin.Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h.218.

- 1) Tanggapan benda adalah tanggapan terhadap benda-benda yang ada disekitarnya.
- 2) Tanggapan kata-kata adalah tanggapan seseorang terhadap ucapan atau kata-kata yang diucapkan oleh lawan bicara.¹⁰

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Respon

Perubahan sikap seseorang dapat menggambarkan bagaimana respon seseorang atau sekelompok orang terhadap objek-objek tertentu seperti misalnya perubahan lingkungan atau situasi lainnya. Respon yang berlangsung dan dihasilkan dapat positif dan juga dapat negatif.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi respon ada dua yakni:

a. Faktor Eksternal

Eksternal adalah penarikan perhatian yang ditentukan oleh faktor situasional atau situasi sekitar. Stimulus berasal dari faktor situasional yang diperhatikan, karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol antara lain: gerakan, intensitas, kebaruan, dan perluasan.

b. Faktor Internal

Internal adalah perhatian timbul karena disebabkan oleh faktor-faktor internal atau faktor dalam diri kita antara lain:

- 1) Faktor Biologis yaitu faktor yang dipengaruhi oleh genetika, system syaraf dan system hormonal yang mempengaruhi perilaku manusia.

¹⁰ Agus Sujanto, *Psikologi Kepribadian*, (cet. III; Jakarta: Reneka Cipta, 1992) h. 31-32

- 2) Faktor sosiopsikologis faktor yang dipengaruhi oleh komponen Afektif sebagai aspek emosional, komponen kognitif sebagai aspek intelektual dan komponen konatif sebagai aspek berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.
- 3) Faktor Sosiogenesis seperti ingin tahu, kompetensi, cinta, harga diri dan kebutuhan mencari identitas diri, kebutuhan akan nilai, dan kebutuhan pemenuhan diri.
- 4) Faktor Fungsional adalah faktor berasal dari kebutuhan pengalaman masa lampau dan hal lain yang termaksud apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Para psikologi sosial menerapkan konsep ini untuk menjelaskan persepsi sosial. Pada kerangka komunikasi rujukan memengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya dan sangat berguna untuk menganalisa interpretasi dari peristiwa yang dialami.¹¹

B. Tinjauan Tentang Hoax

1. Pengertian Hoax

Hoax dalam bahasa inggris artinya tipuan, menipu, Berita bohong, berita palsu atau kabar burung. Jadi dapat dikatakan bahwa *Hoax* merupakan kata yang berarti ketidak benaran suatu informasi. *Hoax* merupakan tidak singkatan tetapi satu kata dalam bahasa inggris yang punya arti sendiri. Menurut Wikipedia adalah sebuah pemberitaan palsu adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/ pendengarnya

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h. 52-62

untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut palsu.¹²

Hoax adalah suatu kejadian yang dibuat-buat, dengan kata lain hanyalah karangan belaka. *Hoax* biasanya diartikan sebagai berita bohong, atau tidak sesuai dengan kenyataan. Karena kurangnya informasi, pengetahuan, akhirnya digemborkan, seolah-olah informasi itu benar, padahal tidak benar.¹³

Banyak *netizen* yang menggunakan kata *Hoax* namun tak tahu menahu mengenai sejarah dari penggunaan kata *Hoax* itu sendiri. Kata *Hoax* muncul pertama kali dari sebuah film yang berjudul *The Hoax*. *The Hoax* adalah sebuah film drama Amerika tahun 2006 yang disutradarai oleh Lasse Hallstrom yang diskenario oleh William Wheeler. Film ini dibuat berdasarkan buku dengan judul yang sama oleh Clifford Irving dan berfokus pada biografi Irving sendiri, serta Howard Hughes yang dianggap membantu Clifford Irving. Banyak kejadian yang diuraikan Irving dalam bukunya yang diubah atau dihilangkan dalam film, dan penulis kemudian berkata, saya dipekerjakan oleh produser sebagai penasihat teknis film, tapi setelah membaca naskah terakhir saya meminta agar nama saya dihapus dari film itu, mungkin disebabkan karena plot naskah tak sesuai dengan plot aslinya. Sejak itu, film *The Hoax* dianggap sebagai film yang banyak mengandung kebohongan, sehingga kemudian banyak kalangan terutama para *netter* yang menggunakan istilah *Hoax* untuk menggambarkan

¹² Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h. 181-182

¹³ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, h. 106

suatu kebohongan, lambat laun, penggunaan kata *Hoax* di kalangan *netter* makin gencar. Bahkan digunakan oleh *netter* hampir diseluruh dunia, termaksud Indonesia.¹⁴

Namun, berita palsu atau *Hoax* menurut Lynda Walsh dalam “Apa itu Hoax” mengutip Andarningtyas pertama kali muncul pada tahun 1808. Lynda Wals dalam bukunya berjudul “Sins Against Science” menyatakan *Hoax* merupakan istilah dalam bahasa inggris yang masuk sejak era industri. Wals menulis, *Hoax* diyakini sudah ada sejak ratusan tahun sebelumnya, dengan kata “hocus” yang bersal dari mantra “hocus pocus” yaitu prasa yang kerap disebut oleh pesulap serupa “sim salabim”. Alexander Boese dalam “Museum of Hoaxes” mencatat *Hoax* pertama yang dipublikasikan adalah almanac (penanggalan) palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. Jonathan Swift saat itu meramalkan kematian astrolog John Partridge. Dia bahkan membuat obituari palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai hari kematiannya, demi meyakinkan publik. Swift mengarang informasi tersebut, tulis Lynda, untuk mempermalukan Partridge dimata umum. Partridge pun berhenti membuat almanac astrologi hingga enam tahun setelah *Hoax* tersebut beredar.¹⁵

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *having fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran *hoax* beragam tapi pada

¹⁴ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h. 91-92

¹⁵ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h. 127-128

umumnya *hoax* disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan – amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima *hoax* terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya *hoax* ini dengan cepat tersebar luas.¹⁶

Hasil survey yang dirilis pada 13 Februari 2017 oleh Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel), menyatakan bahwa 83,20 persen responden yang memeriksa kebenaran berita *Hoax*. Sekitar 15,9 persen menghapus dan mendiampkannya.¹⁷ Dan pada hasil survey yang dirilis 13 Februari 2017 itu juga menyatakan bahwa bentuk *Hoax* yang diterima, 62,10% tulisan, 37,50% gambar, dan selebihnya berupa video.¹⁸

Berita *Hoax* bukan ada dengan sendirinya, tetapi memang sengaja dibuat dengan tujuan tertentu, dan ada pengelolanya, sehingga keberadaannya kadang-kadang melanggar norma yang ada. Pengelolah situs *Hoax* berupaya membuat kontennya menjadi viral alias menyebar luas lewat sosial media. Semakin viral sebuah konten, semakin tinggi pula trafik yang masuk ke situs pembuat *Hoax*, sehingga pada gilirannya meningkatkan potensi pendapatan dari iklan.¹⁹

¹⁶ Dedi Rianti Rahadi, “Perilaku pengguna dan informasi *hoax* di media sosial”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 no 1 2017, h. 61

¹⁷ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, h. 130

¹⁸ Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL), “Hasil Survey MASTEL tentang wabah *Hoax* Nasional” *situs resmi bkkbn*. https://www.bkkbn.go.id/po-content/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf. Diakses pada 04 Mei 2018 pada pukul 20:40 WITA

¹⁹ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*, (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h. 139

Menurut David Harley dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letter* pada tahun 2008, ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *Hoax* secara umum yaitu:

- a. Informasi *Hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyatak kalimat seperti “sebarikan ini kesemua orang yang anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi”.
- b. Informasi *Hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya “kemarin” atau “dikeluarkan oleh...” pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.
- c. Informasi *Hoax* biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa - apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan.
- d. Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi.²⁰

2. Jenis – jenis Hoax

- a. *Fake News*: Berita Bohong: berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak

²⁰ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* h. 188-189

benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.

- b. *Clickbait*: Tautan Jebakan: Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
- c. *Confirmation Bias*: Bias konfirmasi: kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
- d. *Misinformations*: informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
- e. *Satire*: sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sangat hangat.
- f. *Post-truth*: Pasca-kebenaran: kejadian di mana emosi lebih berperan dari pada fakta untuk membentuk opini publik.
- g. *Propaganda*: aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gosip, setengah-sebenarnya, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.²¹

²¹ Dedi Rianti Rahadi, "Perilaku pengguna dan informasi *hoax* di media sosial", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 no 1 2017, h. 62

3. *Hoax* dalam Sejarah dan Pandangan Islam

Hoax atau berita bohong bukanlah hal yang baru didunia ini, bahkan hal ini pernah menimpah Rasulullah dan keluarganya. Berita bohong sebenarnya sudah dijelaskan dalam Alquran, sebagaimana dalam QS. an-Nur ayat 11. Menurut sebuah riwayat, munculnya QS. an-Nur ayat 11 karena adanya tuduhan zina yang ditujukan kepada Aisyah ketika ia akan pulang menuju Madinah bersama pasukan Muslimin. Kemudian di sebuah perjalanan, Aisyah merasa kehilangan kalungnya, namun, saat Aisyah mencari kalung yang hilang tersebut, pasukan Muslim malah meninggalkannya dan mengira Aisyah sudah bersama mereka. Pada saat itulah Aisyah merasa tertinggal. Ia kemudian kebingungan. Aisyah pun tertidur akibat rasa kantuknya. Setelah beberapa lama, kemudian seorang sahabat bernama Safwan bin al-Mu'attal Al-Sulami Al-Dhakhani melihatnya. Ia melihat istri Nabi SAW. tersebut. Safwan mengucapkan lafal *innalillahi* dan kemudian mengantarkan Aisyah hingga sampai kepada rombongan kaum Muslim. Namun, setelah terjadinya peristiwa ini, beberapa dari umat Islam malah ramai-ramai membicarakan dan menyebarkan berita bohong tentang Aisyah. Hingga selama sebulan Aisyah merasakan ada yang beda dari Rasulullah SAW. Dalam menyikapinya, bahkan hendak mendiskusikan untuk menceraikan Aisyah atas hal ini. Aisyah terus mengeluh dan mengadu kepada Allah tentang apa yang telah terjadi, hingga turunlah QS. An-Nur (24): 11-12 yang menjawab kegelisahannya.²²

²² Luthfi Maulana, "Kitab Suci dan Hoax: Pandangan Al-Qu'an Dalam Menyikapi Berita Bohong", *Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya* 2, no 2 (Desember 2017), h. 214

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا

اَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ « لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ

وَالْمُؤْمِنَاتُ بَأْنَفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ »^{٢٣}

Terjemahannya:

Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar.

Mengapa di waktu kamu mendengar berita bohong itu orang-orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap diri mereka sendiri, dan (mengapa tidak) berkata: "Ini adalah suatu berita bohong yang nyata".²³

Ayat ini mengecam mereka yang menuduh istri Beliau Nabi Muhammad SAW,

Aisyah ra, tanpa bukti – bukti. Allah berfirman: Sesungguhnya orang – orang yang membawa yakni menyebarluaskan dengan sengaja berita bohong yang keji itu menyangkut kehormatan keluarga Nabi Muhammad adalah dari golongan yang dianggap bagian dari komunitas kamu yakni yang hidup di tengah kamu wahai kaum mukminin. Janganlah kamu menganggapnya yakni menganggap berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu karena dengan demikian kamu dapat membedakan siapa yang munafik dan siapa yang kuat imannya. Tiap – tiap seseorang

²³ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013) h. 351

dari mereka yang menyebarkan rumor itu memperoleh balasan sesuai kadar apa yang dengan sengaja dan sungguh – sungguh dia kerjakan dari dosa isu buruk itu. Dan siapa yang mengambil bagian yang terbesar yakni yang menjadi sumber serta pemimpin kelompok itu di dalamnya yakni dalam penyiaran berita bohong itu, di antara mereka yang menyebarkan maka baginya azab yang besar di akhirat nanti.²⁴

Ayat ini mengecam mereka yang diam seakan – akan membenarkan, apalagi yang membicarakan sambil bertanya – Tanya tentang kebenaran isu itu. Ayat ini menyatakan sambil menganjurkan mereka mengambil langkah positif bahwa: mengapa di waktu kamu mendengarnya yakni berita bohong itu, kamu selaku orang – orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap saudara – saudara mereka yang dicemarkan namanya, padahal yang dicemarkan namanya itu adalah bagian dari diri mereka sendiri, bahkan menyangkut Nabi mereka dan keluarga beliau, dan mengapa juga mereka tidak berkata: “Ini adalah suatu berita bohong yang nyata karena kami mengenal mereka sebagai orang – orang mukmin apalagi mereka adalah istri Nabi bersama sahabat terpercaya beliau.”²⁵

Ayat ini dengan jelas memberitahukan kita bahwa orang yang menyebarkan berita bohong ialah orang yang jauh dari petunjuk Allah. Dari peristiwa ini pula dari ayat di atas Allah menjelaskan bahwa tak selamanya hal ini jelek bagi kita, berkat

²⁴ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* ayat 11 vol.9 (Jakarta: Lentera Hati, 2002) h. 294

²⁵ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* ayat 12 vol.9 h. 299

peristiwa ini kita dapat mengetahui mana diantara kita orang munafik dan mana diantara kita orang yang benar-benar beriman, serta para anggota kelompok yang ikut dalam menyebarkan berita bohong tersebut semuanya mendapat konsekuensi dari perbuatan mereka, kita sebagai umat muslim dalam ayat tersebut hendaknya menolak berita bohong tersebut dengan berkata “itu adalah tuduhan bohong yang nyata belaka”.

Selain itu dalam Hadis yang diriwayatkan oleh Shahih Bukhari “Rasulullah saw. bersabda: “Wahai sekalian kaum Muslimin, siapa orang yang dapat membebaskan aku dari orang yang aku dengar telah menyakiti keluargaku. Demi Allah, aku tidak mengetahui keluargaku melainkan kebaikan. Sungguh mereka telah menyebut-nyebut seseorang (maksudnya Shafwan) yang aku tidak mengenalnya melainkan kebaikan, tidaklah dia mendatangi keluargaku melainkan selalu bersamaku” (Shahih Bukhari No. 3826). Hadis tersebut merupakan hadis panjang yang menceritakan mengenai fitnah yang menimpah istri Nabi yakni Aisyah.²⁶

Hal ini bukanlah satu – satunya yang pernah terjadi, dalam sejarah Islam lainnya, berita bohong dicatat sebagai penyebab pertama guncangan besar bagi tatanan keislaman yang telah dibangun oleh Nabi Muhammad. Itu terjadi saat terbunuhnya khalifah Usman bin Affan, yang kemudian disebut sebagai *Al-Fitnah Al-Kubra* (Fitnah besar). Saat itu, umat islam saling menebar berita bohong tentang pembunuhan Khalifah Usman untuk kepentingan politik sehingga terjadi perpecahan pertama dalam

²⁶ Stepanus Sigit Pranoto, “Inspirasi Al-Qur’an dan Hadis dalam Menyikapi Informasi Hoax”, *Al Quds Jurnal Studi Al-Qur’an dan Hadis*, Vol.2 No.1, 2018.h.44

sejarah islam, yang bermuara pada peperangan antara Ali dan Muawiyah serta lahirnya sekte-sekte dalam islam. Karena hal itu tak aneh jika Sayyidina Ali buru-buru menasihati umat Islam agar jangan terjebak dalam kekacauan tersebut lantaran terprovokasi oleh berita bohong.²⁷

Peristiwa yang terjadi dalam sejarah Islam membuktikan bahwasahnya *Hoax* atau berita bohong bukanlah hal baru yang terjadi di masa ini, di masa Rasulullah sendiri *Hoax* menjadi salah satu penyebab perpecahan umat Islam. Sehingga Allah SWT mewanti-wanti dan memperingatkan umat Islam untuk tidak gegabah dalam hal membenarkan suatu berita yang disampaikan oleh orang fasik. Dengan menurunkan firman-Nya dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat (49): 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ

نَدِيمِينَ ۖ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.²⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa siapapun yang mendengar dan menerima berita

atau informasi penting hendaknya meneliti dulu kebenaran berita tersebut sebelum

²⁷ Lukman Hakim Syaifuddin, *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa* (Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017) h.142-143

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013) h. 516

mempercayainya dengan berbagai cara yang bisa dilakukannya. Karena mempercayai sesuatu yang belum jelas kebenarannya akan mendatangkan musibah baik bagi diri sendiri terlebih kepada kehidupan masyarakat banyak. Mengambil keputusan tentang suatu hal atau suatu berita tanpa melakukan penyelidikan terlebih dahulu akan melahirkan penyesalan dikemudian hari jika terbukti ketidakbenaran berita itu. Hal ini pada gilirannya akan mengganggu proses komunikasi dan interaksi masyarakat yang bersangkutan. Seruaan ayat di atas dikhususkan kepada orang beriman karena semestinya orang beriman tidak mudah terprovokasi oleh suatu berita yang mengancam akidah dan hubungan sosial antara sesama manusia. Orang beriman idealnya tidak mudah dibohongi dan sebaiknya meneliti setiap informasi yang didengar dan diterimanya, sehingga pembawa berita bohong dapat dibuktikan kebohongannya.²⁹

Sebagai umat muslim dalam ayat di atas ditegaskan bahwa, apabila datang seseorang kepadamu membawa berita, kita harus meneliti kebenaran berita itu dahulu sebelum mempercayainya, karena mempercayai sesuatu yang belum tentu kebenarannya bisa mendatangkan musibah bagi diri kita sendiri terlebih bagi masyarakat luas, dan itu bisa berakhir dengan penyesalan terhadap diri sendiri. Jadi kita selaku umat muslim harus meneliti kebenaran suatu berita yang kita dengar dan dapatkan terlebih dahulu sebelum mempercayainya.

²⁹ Rosmini, *Tafsir Ayat-Ayat Komunikasi* (Watampone: Penerbit Syahadah, 2017) h. 63

Hal ini menunjukkan bahwa umat Islam harus senang tiasa memperhatikan kebenaran dari suatu kabar atau berita, tidak semena-mena mempercayai dan menyebarkannya tanpa mengetahui kebenaran dari berita tersebut.

Kitab suci Al-Qur'an juga menjelaskan bahwa Allah SWT, mengecam penyebaran berita bohong atau *Hoax* hal ini di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nur (24): 14-15.

وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ۖ إِذْ تَقُولُوهٗ بِالسِّنِّتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسِبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ۝

Terjemahannya:

Sekiranya tidak ada kurnia Allah dan rahmat-Nya kepada kamu semua di dunia dan di akhirat, niscaya kamu ditimpa azab yang besar, karena pembicaraan kamu tentang berita bohong itu.

(Ingatlah) di waktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit juga, dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal dia pada sisi Allah adalah besar.³⁰

Ayat ini menjelaskan sekiranya tidak ada karunia Allah atas kamu semua antara lain dengan menjelaskan tuntunan agama-Nya dan demikian juga seandainya tidak ada rahmat-Nya yang melimpah di dunia dengan jalan menerima taubat kamu dan di akhirat

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013) h. 351

dengan memberi pemaafan bagi yang dikehendaki-Nya niscaya pasti kamu ditimpa – akibat kecerobohan kamu yang demikian luas dalam pembicaraan negative tentang berita bohong itu – ditimpa oleh azab yang besar.³¹

Pada Ayat ini Allah menggambarkan situasi terjadinya rumor itu, yakni ketika itu kamu menyebarkan berita bohong itu dari mulut ke mulut, atau melalui ayat ini Allah menggambarkan jatuhnya siksa yang diancamkan oleh ayat lalu. Allah berfirman: ketika kamu menerimanya dan menyebarluaskannya isu negative itu dengan sungguh – sungguh dari lidah ke lidah yakni dan kamu katakan secara aktif oleh sebagian kamu dan sebagian yang lain pasif dengan jalan bertanya untuk ingin tahu bukan untuk membantah, kamu katakan dengan mulut – mulut kamu sendiri bukan dengan isyarat, apa yang tidak ada bagi kamu terutama tentangnya yakni tentang duduk persoalan menyangkut isu itu sedikit pengetahuan pun, dan kamu menganggapnya yakni pembicaraan kamu itu suatu yang remeh tanpa dosa dan celaan atau tanpa dibalas dengan keras. Padahal di sisi Allah adalah dosa yang besar serta kedurhakaan yang sangat buruk.³²

Ayat di atas menjelaskan bahwa kalau bukan karena karunia dan rahmat Allah kepada kalian, dengan menerangkan hukum-hukum-Nya dan dengan menunda hukuman di dunia serta dengan memberi ampunan di akhirat, niscaya kalian telah

³¹ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* ayat 14 vol.9 (Jakarta: Lentera Hati, 2002) h. 302

³² M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* ayat 15 vol.9 (Jakarta: Lentera Hati, 2002) h. 303

tertimpa siksa yang amat keras karena melakukan tuduhan itu. Kalian telah menyebarkan berita bohong di kalangan kalian, padahal kalian tidak mengetahui kebenaran berita itu. Kalian menyangka bahwa hal itu adalah remeh dan tidak akan dibalas hukuman oleh Allah, atau dibalas dengan hukuman yang ringan. Padahal, itu adalah dosa besar dan akan dibalas oleh Allah dengan hukuman yang berat pula.³³

Sangat jelas dalam ayat tersebut tidak ada karunia dan rahmat untuk mereka yang menyebarkan berita bohong baik di dunia maupun di akhirat dan azab besar akan menimpa dirinya akibat dari perbuatannya tersebut. Karena ketidaktahuannya terhadap berita yang mereka sebarkan dan menganggap remeh hal tersebut, padahal itu adalah suatu dosa besar dan Allah akan membalasnya dengan hukuman yang berat pula.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah tidak akan memberikan karunia dan rahmat kepada orang-orang yang turut ikut andil dalam penyebaran berita bohong, termasuk dalam konteks saat ini adalah *Hoax*. Jika mereka tidak segera untuk bertaubat dan mengakui kesalahannya, maka Allah akan memberikan azab yang besar kepada orang-orang tersebut. Allah menegaskan, apakah kamu menganggap ringan perbuatan yang kamu lakukan dengan menyebar berita-berita bohong tersebut? Jika kamu menganggapnya perkara yang ringan, maka Allah menganggapnya sebagai urusan yang besar, karena penyebarannya dapat merugikan berbagai pihak. Berdasarkan ayat ini, Allah sangat mengecam orang-orang yang memproduksi ataupun ikut andil dalam

³³ <https://tafsirq.com/24-an-nur/ayat-11#tafsir-quraish-shihab> diakses pada 14 Juli 2018 pada pukul 23:55 WITA

menyebarkan berita bohong. Sebaiknya umat Islam lebih teliti dan berhati-hati dalam menerima dan menyampaikan berita. Islam mengharuskan umatnya menyampaikan kebenaran, baik secara pribadi maupun kelompok/organisasi.³⁴

C. Tinjauan Tentang Media Massa Online

1. Pengertian Media Massa

Istilah media massa mulai digunakan pada tahun 1920-an hal ini untuk mengistilakan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang terbilang sangat luas. Dalam kehidupan sehari-hari, serta dalam perbincangan sehari-hari, hal ini sering disingkat dengan istilah media.

Media merupakan tempat di mana komunikasi berlangsung. Dengan demikian pula media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula.³⁵

Kata media massa berasal dari kata medium dan massa, kata medium berasal dari bahasa latin yang menunjukkan adanya berbagai sarana atau saluran yang diterapkan untuk mengkomunikasikan ide, gambaran perasaan, dan yang pada pokoknya semua saran aktivitas mental manusia. Sedangkan kata massa yang berasal dari daerah *Anglo-saxon* berarti instrument atau alat yang pada hakikatnya terarah

³⁴ Luthfi Maulana, “Kitab Suci dan Hoax: Pandangan Al-Qu’an Dalam Menyikapi Berita Bohong”, *Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya* 2, no 2 (Desember 2017), h. 219

³⁵ Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 13

kepada semua saja yang mempunyai sifat massif. Tugasnya sesuai dengan sirkulasi dari berbagai pesan atau berita, menyajikan suatu tipe baru dari komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan fundamental dari masyarakat.³⁶

Ilmu komunikasi mengartikan media sebagai saluran, sarana penghubung, dan alat-alat komunikasi. Kata media berasal dari bahasa latin yang secara harfiah mempunyai arti *perantara* atau *pengantar*. Apabila dikaitkan dengan istilah massa pada komunikasi massa, media massa adalah sarana penyalur informasi dari komunikator kepada khalayak (komunikan). Media massa yang digunakan pada komunikasi massa adalah media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern.³⁷

Media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan dimasa mendatang.³⁸

Penemuan Media massa merupakan suatu temuan teknologi yang terbilang luar biasa, dikarenakan memungkinkan orang untuk mengadakan komunikasi bukan saja dengan komunikasi yang mungkin tidak pernah akan dilihat akan tetapi juga dengan

³⁶ Andi Khaerunnisa, "Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Terhadap Tayangan Program On The Spot di Trans7", *Skripsi* (Makassar : Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2013), h. 23

³⁷ Muhibudin Wijaya Laksana, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015) h.131

³⁸ Syahrina Mutmainnah, "Strategi Penyajian Berita Pada portal Fajar Online.com", *Skripsi* (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016), h. 14

generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media massa dapat mengatasi hambatan yang berupa pembatasan yang diadakan oleh waktu, tempat, dan kondisi geografis.

2. Jenis – Jenis Media Massa

Media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat di akses secara massal pula.³⁹ Media massa memiliki fungsi sebagai suatu alat penyampaian berita, peilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal.

Media massa itu sendiri terdiri atas beberapa jenis, dan setiap jenis media memiliki sifat khasnya masing-masing oleh karena itu penggunaannya juga harus diperhitungkan sesuai dengan kemampuan serta sifat-sifat khasnya.

Ditinjau dari perkembangan teknologi dibidang penyampaian informasi melalui media massa dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Media massa modern

Media massa modern adalah media massa yang menggunakan teknologi modern saat ini. Yang termaksud dalam kategori media massa modern adalah: media cetak, media elektronik, dan media online. Adapun penjelasannya yang termaksud dalam kategori media massa modern adalah:

³⁹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.72

1) Media cetak

Media cetak adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa yang dalam menyampaikan informasi harus terlebih dahulu dicetak menggunakan alat cetak dan bentuk penyampaian adalah tertulis. Dan yang termasuk media massa kategori media cetak ialah: surat kabar, tabloid, buletin dan majalah.

2) Media elektronik

Media elektronik adalah media massa yang dalam penyampaian informasinya menggunakan media elektronik dan juga energi elektromagnetik dalam penyampainnya, atau dikenal dengan istilah menggunakan listrik. Adapun yang termasuk dalam kategori media elektronik yaitu: radio dan televisi.

3) Media online

Media online adalah media massa yang menggunakan jaringan internet dalam penyampaian informasinya. Yang termasuk dalam kategori ini seperti: portal, website, radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dan lain-lain.

4) Media massa tradisional

Media massa tradisional adalah media yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi pada zaman dahulu, dan masih ada hingga sekarang

walaupun tidak setenar dahulu lagi. Dan yang termaksud dalam kategori ini adalah: wayang, lawak, lenong, seni tradisional, dan lain-lain.⁴⁰

3. *Media Online*

Manusia di masa sekarang menggunakan media massa sebagai salah satu sarana pemenuhan informasi. Salah satunya ialah media online yang merupakan media paling baru atau dikenal dengan sebutan *New Media*. Media online adalah media massa yang menggunakan jaringan internet dalam penyampaian informasinya.

Media online merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu, media online merupakan media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media ini terdapat pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat computer, disamping pengetahuan terhadap program computer untuk mengakses informasi atau berita.⁴¹

Media online merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital

⁴⁰ Andi Khaerunnisa, “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Terhadap Tayangan Program On The Spot di Trans7”, *Skripsi* (Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2013),

⁴¹ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu pengantar Teori dan Praktik*, Cet 1 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011) h.46

adalah sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.⁴²

Media digital yang tersedia dalam 24 jam setiap harinya, senantiasa berkembang disetiap saat, tidak terbatas waktu, jangkauan geografis, kapasitas penyimpanan yang tidak terbatas, serta materi yang disajikan selalu baru dan dapat diakses oleh siapa saja.

Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.⁴³

Keunggulan media online sebagai berikut:

- a. Informasinya bersifat *up to date* (senantiasa terbaru). Media online dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media online memiliki peran penyajian informasi dan berita yang lebih mudah dan sederhana dibandingkan dengan jenis media massa lainnya.
- b. Informasinya bersifat *real time*. Media online dapat menyajikan informasi dan berita saat peristiwa sedang berlangsung (*live*). Sebagian besar wartawan media

⁴² Fahrina Ilham, dkk, “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan terpaan Pesan Iklan Kampanya Politik di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2014 h.5

⁴³ Dian Sativa, “Media Online dan Pemenuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)”, *Skripsi* (Surakarta: Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010) h.9-10

online dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa.

- c. Informasinya bersifat praktis. Media online dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Pengguna internet dapat mengakses informasi di kantor, rumah, kamar, warung internet (*warnet*) bahkan di dalam mobil sekalipun.⁴⁴

Septiawan Santana K menyebutkan, terdapat lima perbedaan utama antara media massa online dan media massa tradisional yang sekaligus menjadi karakteristik media massa online yaitu :

- a. Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media
- b. Kurangnya tirani penulis atas pembaca
- c. Tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak
- d. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung
- e. Interaktifitas web
- f. Kecepatannya secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan⁴⁵

Media online dalam perkembangannya tumbuh menjamur dalam waktu yang singkat dan terbilang cepat. Demikian pula dengan trend media online di Indonesia.

Hasil survey yang dirilis pada tanggal 19 Februari 2018 oleh Asosiasi Penyelenggara

⁴⁴ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu pengantar Teori dan Praktik*, Cet 1 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011) h.46

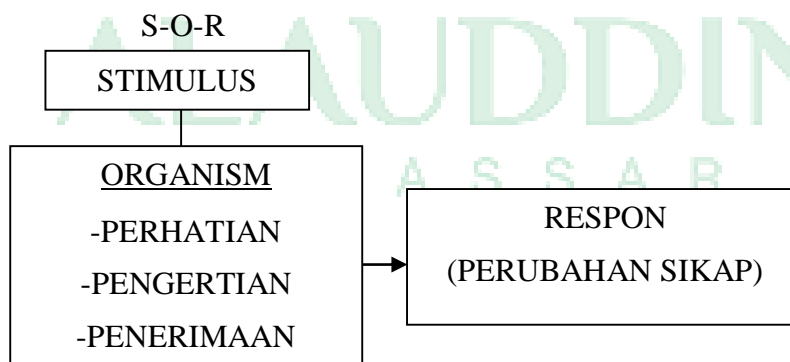
⁴⁵ Dian Sativa, "Media Online dan Pemenuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)", *Skripsi*, h. 10

Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengenai Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah melebihi setengah jumlah penduduk Indonesia. Dikatakan bahwa pada tahun 2017 ada sekitar 143.26 juta penduduk Indonesia sudah terkoneksi ke internet. Sementara jumlah penduduk di Indonesia ada sebanyak 262 juta orang. Hal ini mengalami peningkatan 7,96 persen jika dibandingkan dengan pengguna internet pada tahun 2016 dengan jumlah 132 juta pengguna.⁴⁶

Dengan adanya hasil survey ini menunjukkan bahwa pengguna jasa internet setiap tahunnya mengalami peningkatan. Ditambah lagi dengan kecanggihan zaman yang telah memungkinkan untuk mengakses internet melalui laptop dan juga smartphone. Jadi mempermudah masyarakat Indonesia untuk terkoneksi dengan internet tanpa perlu menggunakan komputer.

D. Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)

Gambar 2.1
Bagan S-O-R



⁴⁶<http://mastel.id/tahun-2017-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-143-26-juta/>
diakses pada 03 Juni 2018 pada pukul 05:07 WITA

Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) merupakan proses komunikasi yang menimbulkan reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (stimulus), penerima (organism), dan efek (response). Stimulus adalah sumber rangsangan, organism adalah penerima rangsangan, dan respon adalah umpan balik yang dihasilkan.

Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* ini semula berasal dari psikologi. Kemudian juga menjadi teori komunikasi, tidak mengherankan karena objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.⁴⁷

Berdasarkan stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Proses di atas menggambarkan “perubahan sikap” bergantung pada proses yang terjadi pada individu.⁴⁸

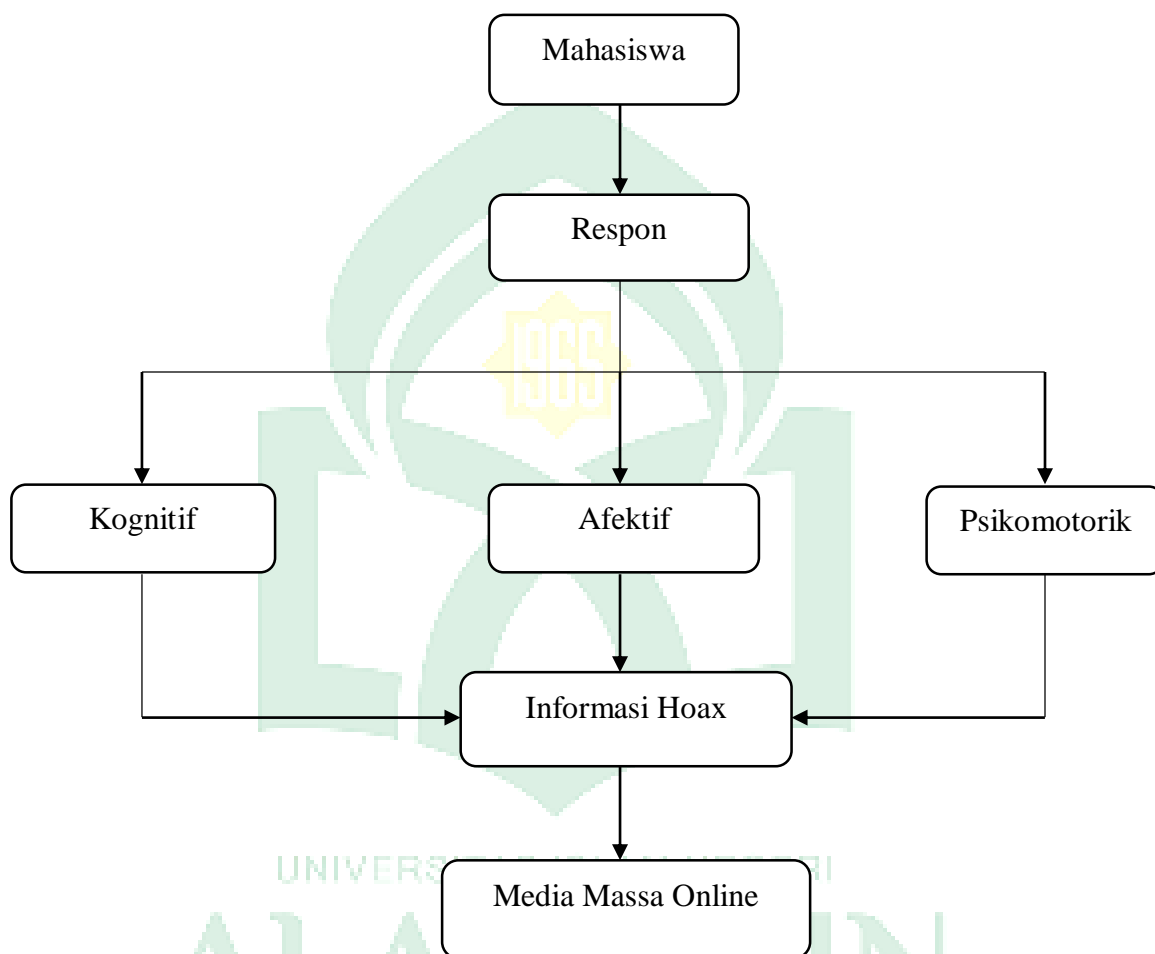
⁴⁷ Rachel Priscella Siriwa, “Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Tabloid Identitas”, *Skripsi* (Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2013) h.37

⁴⁸ Effendy, Onong Uchiana, *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2008) h. 254-256.

E. Kerangka Berpikir

Gambar 2.2

Bagan Kerangka Berpikir



Respon yang merupakan tanggapan atau jawaban terhadap sesuatu dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, sikap, dan juga tindakan. Mahasiswa merupakan makhluk intelektual yang memiliki level tertinggi dalam bidang pembelajaran, diharapkan mampu memberikan gambaran respon mereka terhadap informasi hoax yang tengah marak dan meresakan masyarakat di media massa online.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran pada masa sekarang. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang sedang berlangsung.³³

Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan, secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini dikarenakan berangkat dari rumusan masalah, dimana peneliti ingin mengetahui bagaimana dan sejauh mana respon dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap berita *Hoax* yang marak di Media Massa.

³³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosda Karya, 2005), h. 24

2. Lokasi Penelitian

Bertempat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, yang beralamat di Kampus II di Jl.H Yasin Limpo No.36, Sungguminasa-Gowa.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Karena dalam penelitian kuantitatif lebih bersifat konkret yang dapat diukur, berupa angka-angka dan penelitian ini mewakili jawaban Semua responden.³⁴ Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan ilmu komunikasi yang berfokus pada komunikasi massa.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁵

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari,

³⁴ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana Pranada Media Group), h. 60.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 80

tetapi meliputi seluruh karakteristik/ atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.³⁶

Penelitian ini menjadikan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar program Srata1 yang masih aktif kuliah angkatan 2014 sebagai populasi. Hal ini dikarenakan pertimbangan mengenai mahasiswa yang berada pada tingkatan ini sudah lebih matang mengenal dunia maya utamanya media massa online, dan juga mempertimbangkan bahwa mahasiswa yang berada pada tingkatan ini sudah dapat menyatakan keinginan dan pendapat mereka terhadap suatu masalah dengan pemikiran yang lebih matang.

Mahasiswa yang masih aktif kuliah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar angkatan 2014 berjumlah 618 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁷ Sampel adalah percontohan yang diambil dari populasi. Percontohan mempunyai karakteristik yang mencerminkan karakteristik populasi. Karena sampel merupakan perwakilan dari populasi. Istilah lain menyatakan bahwa sampel harus representatif.³⁸

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h. 80

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h. 81

³⁸ Nurhidayat Muh. Said, *Metode Penelitian Dakwah* (Makassar: Alauddin University Press, 2013) h. 107

Teknik pengambilan sampling atau biasa juga disebut dengan rancangan *sampling* merupakan langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian. Teknik sampling yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah *Simple Random Sampling* ialah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan taraf kesalahan 10%.

Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, peneliti mengacu pada rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan³⁹

sehingga

$$n = \frac{618}{1 + (618 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{618}{7,18}$$

$$n = 88, 285$$

³⁹ Ardial, *Paradigma Penelitian Komunikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) h. 395

$n = 88$

Sehingga dari 618 poulasi diperoleh sampel sebesar 88 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

Seseorang yang akan melakukan penelitian haruslah melakukan pengumpulan data, kegiatan pengumpulan data ini merupakan salah satu prosedur yang sangat menentukan baik dan tidaknya suatu penelitian yang akan dilakukan. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan priset untuk mengumpulkan data.⁴⁰ dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan ada beberapa diantaranya ialah :

1. Metode Angket

Metode angket juga biasa disebut dengan metode kuesioner, adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁴¹ Dalam hal ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi akan menjawab sejumlah pertanyaan tertulis yang akan diberikan oleh peneliti, dan dijawab sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap berita *Hoax* di media massa online.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda

⁴⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, dengan kata pengantar oleh Burhan Bungia, Edisi Pertama (Cet,IV: Jakarta: Kencana, 2009), h. 93

⁴¹ Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Cet I; Makassar: Alauddin University press, 2013), h. 156

dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini.⁴² Dalam hal ini masalah yang dimaksudkan ialah yang berkaitan dengan berita *Hoax* di media massa online.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian.⁴³

Pada penelitian ini instrument penelitian yang digunakan berupa daftar angket yang nantinya akan dijawab oleh para responden dalam hal ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta penggunaan aplikasi pengelola data SPSS ver. 24 *for* Windows.

F. Uji Validasi dan Realibilitas Variabel

1. Validitas Isi

Validitas isi merupakan suatu alat pengukur untuk menentukan sejauh mana isi alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang ada pada indikator penelitian.⁴⁴ Validitas dimaksudkan untuk menyatakan seberapa jauh data yang ditampung pada suatu kuesioner. Pada penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan korelasi

⁴² Arikunto, Suharsimi. *Presedur penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2010), h. 274

⁴³ Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Cet I; Makassar:Alauddin University Press,2013),h.150-151

⁴⁴ Siswanti, dkk, *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran* , (cet IV ; Yogyakarta : Bursa Ilmu, 2015) h. 288

person, yang dapat dihitung dengan rumus *Pearson Product Moment*.⁴⁵ Validnya penelitian ini dinyatakan valid jika hasil pengujian dari nilai $r_{hitung} > r_{table}$ dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 24 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Tabel Tentang Uji Validasi

Item-Total Statistics					
No	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	53,39	21,619	0,174	0,567	0,484
X2	53,56	21,123	0,274	0,485	0,473
X3	53,60	21,277	0,272	0,598	0,475
X4	53,78	20,746	0,243	0,486	0,471
X5	53,72	21,562	0,124	0,534	0,489
X6	54,48	20,344	0,280	0,445	0,463
X7	54,06	20,652	0,292	0,307	0,465
X8	55,15	21,989	0,017	0,212	0,506
X9	54,67	19,304	0,203	0,367	0,474
X10	54,51	23,011	-0,145	0,279	0,533
X11	53,26	21,299	0,224	0,339	0,484
X12	54,80	21,498	0,032	0,423	0,509
X13	54,30	22,555	-0,086	0,288	0,528
X14	53,47	19,976	0,234	0,464	0,467
X15	53,89	20,332	0,246	0,350	0,467
X16	53,61	20,470	0,256	0,370	0,467

Sumber Data: Hasil Olahan, 2018 (SPSS Ver.24)

Tabel 3.1 menunjukkan apakah item-item yang menjadi pertanyaan memiliki validasi isi yang baik atau tidak. Butir pertanyaan yang dinyatakan valid harus memenuhi syarat di atas 0.2. Pada item pertama x1 dengan total item adalah $0,174 < 0,2$, namun peneliti tetap mempertahankan butir pertanyaan tersebut dikarenakan butir pertanyaan tersebut dianggap penting untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih

⁴⁵Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2007), h.136

memuaskan. Pada item kedua atau x2 dengan total item $0,274 > 0,2$, yang berarti bahwa item pernyataan tersebut valid, begitu pula dengan butir-butir pertanyaan selanjutnya, namun ada beberapa pertanyaan yang tidak valid atau $< 0,2$ akan tetapi tetap peneliti pertahankan dengan alasan yang sama seperti item pertanyaan pertama.

2. Reabilitas

Reabilitas adalah istilah-istilah yang dipakai untuk menunjukkan seberapa jauh suatu hasil pengukuran relatif konsisten jika alat ukur digunakan berulang kali.⁴⁶ Pada penelitian ini uji reabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap skala yang digunakan dalam penelitian. Suatu instrument penelitian dikatakan telah *reliable* bila nilai *alpha* $> r_{table}$ (0,222), dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

⁴⁶Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 139

Tabel 3.2
Tabel Tentang Uji Reabilitas Variabel

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,410	0,470	16

Sumber: Data Hasil Olahan, 2018 (SPSS ver. 24)

Tabel 3.2 adalah tabel yang menunjukkan nilai reabilitas dari variable penelitian. Nilai reabilitas dilihat dari koefisien *Cronbach's Alpha* dengan jumlah item (N) sebanyak 16, koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,470. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penelitian *reliable* karena memiliki nilai *alpha* di atas 0,222.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan

Data yang telah diperoleh melalui metode angket selanjutnya diproses melalui tahapan – tahapan:

Teknik pengolahan data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah :

1. Koding yaitu memberikan kode untuk mengklasifikasikan jawaban para responden.
2. Tabulasi, yaitu dengan menjumlahkan jawaban – jawaban yang selanjutnya dinyatakan dalam bentuk tabel, sehingga dapat diketahui kecenderungan tiap-tiap alternatif jawaban.

2. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁴⁷

Teknik analisis data merupakan bentuk pengolahan data dari data-data yang sudah terkumpul. Dari pengelolaan data tersebut diharapkan dapat diperoleh gambaran yang akurat dan konkrit dari subyek penelitian. Teknik analisis data diartikan supaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam bentuk persentase melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Evaluasi

Pemeriksaan jawaban para responden yang diteliti dan dirumuskan pengelompokannya untuk mendapatkan data yang akurat.

2. Tabulasi

Memindahkan jawaban para responden kedalam tabel, kemudian mencari persentasenya untuk diteliti.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 147

3. Interpretasi Data

Memaparkan hasil penelitian yang telah di pindahkan ke dalam tabel dan telah ditemukan persentasenya.

4. Kesimpulan

Memberikan kesimpulan terhadap hasil analisa dan penafsiran data.

Adapun penginterpretasian data pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$Fr = \frac{F}{\Sigma f} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr : Jumlah Frekuensi

F : Frekuensi

Σf : Jumlah Pengamatan⁴⁸

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR

⁴⁸ Anas Sudiyono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Press, 1987) h. 41

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Penelitian dan Tingkat Penggunaan Portal Berita

a. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasar dari kuesioner yang dibagikan oleh peneliti, identitas merupakan suatu hal yang penting untuk beranjak pada penelitian. Identitas responden dalam hal ini meliputi jenis kelamin, usia, jurusan, beserta tempat tinggal. Responden pada penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Sampel pada penelitian ini sebanyak 88 orang dari total 618 populasi.

a) Jenis Kelamin

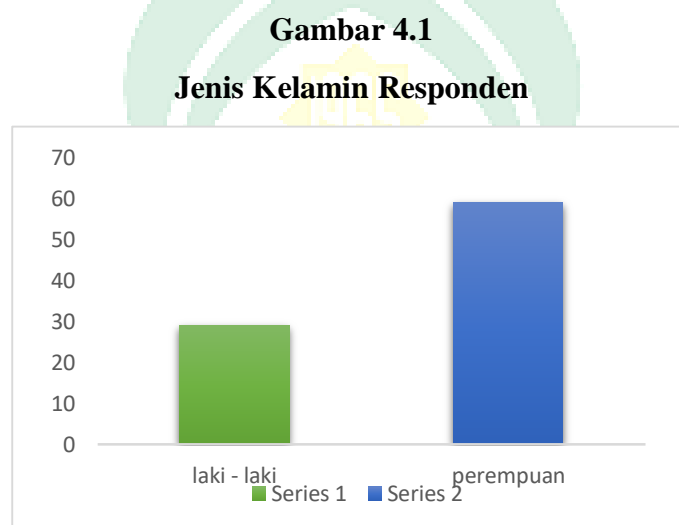
Merujuk pada hasil kuesioner yang telah dibagikan, dari 88 responden dapat diketahui jumlah persentase berdasarkan jenis kelamin. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki – Laki	29	33,0%
2	Perempuan	59	67,0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan dari tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi responden laki – laki sebanyak 29 responden dengan jumlah persentase 33,0% dan perempuan sebanyak 59 responden dengan jumlah persentase 67,0%. Sehingga, dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki – laki. Adapun data dari tabel di atas dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

b) Usia Responden

Kematangan fisik dan psikis seseorang sangat berkaitan dengan faktor usia seseorang. Pertambahan usia membuatnya bertambah dalam hal pengalaman yang berbeda dari setiap individu, begitu pula dengan tingkat kemampuan seseorang dalam menyelesaikan sesuatu dan menentukan suatu pilihan. Dari angket yang telah dibagikan peneliti kepada responden dapat diketahui jumlah persentase berdasarkan usia yang dijelaskan pada tabel berikut:

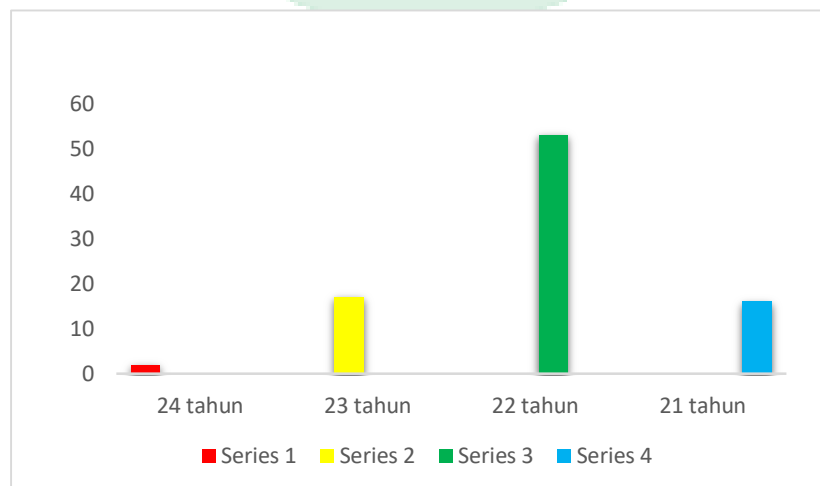
Tabel 4.2
Usia Responden

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	24 Tahun	2	2,3%
2	23 Tahun	17	19,3%
3	22 Tahun	53	60,2%
4	21 Tahun	16	18,2%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Bersadarkan dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi responden yang berusia 24 tahun sebanyak 2 responden dengan persentase 2.3%, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 17 responden dengan persentase 19.3%, pada usia 22 ada sebanyak 53 responden dengan persentase 60,2%, sedangkan responden dengan usia 21 tahun sebanyak 16 responden dengan persentase 18,2%. Adapun data di atas dapat dilihat pada tabel ini:

Gambar 4.2
Usia Responden



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

c) Jurusan Responden

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar saat ini memiliki 7 jurusan yakni, Jurnalistik, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ilmu Komunikasi, Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Kesejahteraan Sosial, Manajemen Dakwah, serta Manajemen Haji dan Umroh. Penelitian kali ini hanya melibatkan 6 jurusan yakni Jurnalistik, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ilmu Komunikasi, Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Kesejahteraan Sosial, Manajemen Dakwah. Hal ini dikarenakan jurusan Manajemen Haji dan Umrah merupakan jurusan yang baru di buka pada tahun 2017. Sedangkan yang menjadi populasi penelitian peneliti ialah mahasiswa angkatan 2014. Berdasarkan dari kuesioner yang telah diisi oleh responden diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jurusan Responden

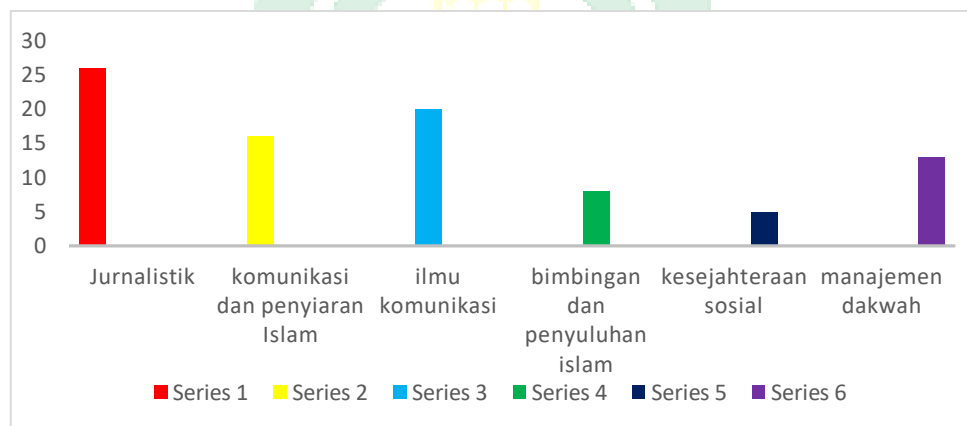
No	Jurusan	Jumlah	Persentase (%)
1	Jurnalistik	26	29,5%
2	Komunikasi dan Penyiaran Islam	16	18,2%
3	Ilmu Komunikasi	20	22,7%
4	Bimbingan dan Penyuluhan Islam	8	9,1%
5	Kesejahteraan Sosial	5	5,7%
6	Manajemen Dakwah	13	14,8%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi responden yang berasal dari jurusan Jurnalistik sebanyak 26 responden dengan persentase 29,5%, dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sebanyak 16 responden dengan persentase 18,2%, jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 20 responden dengan persentase 22,7%,

jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam sebanyak 8 responden dengan persentase 9,1%, jurusan Kesejahteraan Sosial sebanyak 5 responden dengan persentase 5,7%, dan dari jurusan Manajemen Dakwah sebanyak 13 responden dengan persentase 14,8%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak ialah mahasiswa jurusan Jurnalistik sebanyak 26 orang dan diikuti oleh jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 20 orang. Adapun data tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.3
Jurusan Responden



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

b. Tingkat Penggunaan Portal Berita

Penelitian ini menyangkut tentang informasi Hoax yang telah diangkat menjadi berita dan telah diunggah di salah satu media portal berita. Pada penelitian ini responden yang dipilih ialah responden yang mengakses portal berita minimal 1 kali dalam sehari, dan juga responden yang mengetahui apa itu portal berita serta memiliki sedikit pengetahuan terhadap apa yang dimaksud dengan berita Hoax.

Semua responden ialah mereka yang mengetahui portal berita dan biasa mengaksesnya. Adapun persentase untuk situs portal berita online yang biasa mereka akses adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Portal Berita yang Biasa Diakses

No	Portal berita	Jumlah	Persentasi (%)
1	Kompas.com	40	45,5
2	Tempo.com	1	1,1
3	Detik.com	41	46,6
4	Lainnya (pilihan responden)	6	6,8
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi responden yang mengakses Kompas.com sebanyak 40 orang dengan persentasi 45,5%, Tempo.com diakses oleh 1 responden dengan persentasi 1,1%, untuk Detik.com diakses oleh 41 responden dengan persentasi 46,6%, dan untuk pilihan lainnya yang merupakan pilihan dari repon di antaranya ialah Celebesonline.com, Liputan6.com, Tribuntimur.com, Portalmakassar.com, Wasila.com, Inikata.com, masing – masing dipilih oleh satu responden.

Kebiasaan mengakses portal berita biasa menggunakan alat elektronik yang kini semakin canggih juga menjadi salah satu alasan mengapa banyak mahasiswa yang mengakses portal berita, berikut persentasi mengenai alat elektronik apa yang biasa digunakan oleh mahasiswa dalam mengakses portal berita sebagai berikut:

Tabel 4.5
Alat Elektronik yang di Gunakan dalam Mengakses Portal Berita

No	Alat Elektronik	Jumlah	Persentase (%)
1	Handpone	86	97,7%
2	Komputer	0	0%
3	Laptop	2	2,3%
4	Tablet	0	0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) Septermber, 2018

Berdasarkan pada tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 86 responden dengan persentase 97,7% menggunakan Handpone yang merupakan alat teknologi zaman modern yang canggih dan praktis, sebanyak 2 responden dengan persentase 2,3% menggunakan laptop untuk mengakses portal berita, dan tidak ada satupun dari responden yang menggunakan Komputer dengan Tablet untuk mengakses portal berita.

Penggunaan handpone sebagai alat untuk mengakses portal berita menjadi salah satu faktor atau alasan untuk para responden dalam seberapa sering mereka mengakses portal berita, berikut data mengenai seberapa sering para responden mengakses portal berita dalam sehari:

Tabel 4.6
Frekuensi akses berita dalam Sehari

No	Tingkat keseringan	Jumlah	Persentase (%)
1	1 kali sehari	37	42,0%
2	2 kali sehari	26	29,5%
3	3 kali sehari	11	12,5%
4	>3 kali sehari	14	15,9%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) Septermber, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa frekuensi responden dalam mengakses berita 1 kali sehari sebanyak 37 responden dengan persentase 42,0%,

responden yang mengakses portal berita 2 kali sehari sebanyak 26 responden dengan persentase 29,5%, sedangkan responden yang mengakses berita 3 kali sehari sebanyak 11 responden dengan persentase 12,5%, dan responden yang mengakses portal berita lebih dari 3 kali sehari sebanyak 14 responden dengan persentase 15,9%.

Jenis berita yang diakses oleh respondenpun juga beragam, adapun jenis berita yang biasa diakses oleh responden berdasarkan dari kuesioner yang diisi oleh responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Informasi yang Biasa diakses di Portal Berita

No	Informasi yang biasa diakses	Jumlah	Persentase (%)
1	Artikel Umum	53	60,2%
2	Sosial Politik	18	20,5%
3	Hiburan	17	19,3%
4	Lainnya (pilihan responden)	0	0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan dari hasil tabel 4.7 di atas para mahasiswa yang menjadi responden, sebanyak 53 responden dengan persentase 60,2% mengakses artikel umum, sebanyak 18 responden dengan persentase 20,5% memilih mengakses sosial politik, dan sebanyak 17 responden dengan persentase 19,3% memilih mengakses hiburan, untuk pilihan lainnya yang merupakan pilihan dari responden tidak ada yang memberikan pilihan tersebut.

Mengisi waktu luang saat bersantai biasanya dimanfaatkan oleh seseorang untuk beristirahat atau melakukan hal – hal bermanfaat dan menarik lainnya. Tingkat

pengaksesan portal berita untuk mengisi waktu luang dan bersantai berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden datanya ialah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Pengaksesan Portal Berita untuk Mengisi Waktu Luang dan Bersantai

No	Pengaksesan Portal Berita	Jumlah	Persentase(%)
1	Tidak pernah mengakses portal berita di waktu luang	2	2,3%
2	Jarang mengakses portal berita di waktu luang	47	53,4%
3	Sering mengakses portal berita di waktu luang	37	42,0%
4	Sangat sering mengakses portal berita di waktu luang	2	2,3%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan dari data tabel 4.8 di atas sebanyak 2 responden dengan persentase 2,3% tidak pernah mengakses portal berita untuk mengisi waktu luang dan bersantainya, lalu sebanyak 47 responden dengan persentase 53,4% jarang mengakses portal berita untuk mengisi waktu luang dan bersantai, sebanyak 37 responden dengan persentase 42,0% sering mengakses portal berita untuk mengisi waktu luang dan bersantainya, dan sebanyak 2 responden dengan persentase 2,3% sangat sering mengakses portal berita untuk mengisi waktu luang dan bersantai. Kegiatan bersantai yang dimaksudkan di sini ialah kegiatan bersantai mahasiswa seperti, saat pelajaran atau mata kuliah sedang kosong, waktu bersantai sambil menyantap makanan ringan, berkumpul bersama teman, maupun waktu bersantai saat tiba dikediaman mereka.

Setiap responden memiliki alasan mengapa mereka mengakses portal berita. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang diisi oleh para responden diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.9
Alasan yang Membuat Tertarik untuk Mengakses Portal Berita

No	Alasan Mengakses	Jumlah	Persentase (%)
1	Untuk memperoleh informasi yang cepat	13	14,8%
2	Untuk menambah wawasan dan pengetahuan	33	37,5%
3	Untuk mendapat informasi yang terkini (<i>up to date</i>)	40	45,5%
4	Untuk membandingkan isi berita dengan isi berita portal lain	2	2,3%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.9 diketahui bahwa alasan responden dalam mengakses berita pada portal berita, sebanyak 13 responden dengan persentase 14,8% mengakses berita pada portal berita untuk memperoleh informasi yang lebih cepat, lalu sebanyak 33 responden dengan persentase 37,5% memilih mengakses berita pada portal berita online untuk menambah wawasan dan pengetahuan, sedangkan 40 responden dengan persentase 45,5% memilih mengakses berita pada portal berita untuk mendapat informasi yang terkini (*up to date*), dan 2 responden dengan persentase 2,3% memilih mengakses berita pada portal berita untuk membandingkan isi berita dengan isi berita pada portal berita lain.

2. Analisis Respon Kognitif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Respon kognitif adalah respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menjadi responden dalam penelitian ini maka peneliti mengajukan empat pertanyaan yang berhubungan dengan pengetahuan mereka terhadap informasi Hoax di media berita online.

a. Pengetahuan terhadap apa yang dimaksud dengan berita palsu atau Hoax

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa yang menjadi responden tentang apa yang dimaksud dengan Hoax atau berita Palsu, maka dengan itu peneliti mengedarkan kuesioner kepada 88 responden. Maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.10
Pengetahuan Responden terhadap apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau Palsu

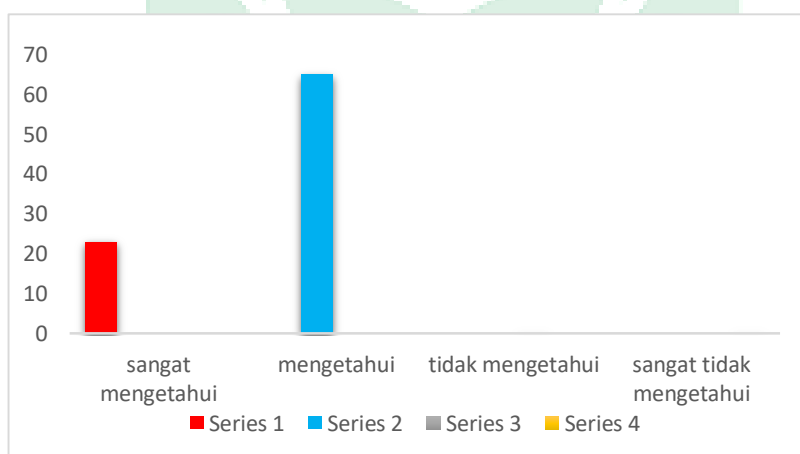
No	Tingkat Pengetahuan	Freskuensi	Persentase (%)
1	Sangat Mengetahui	23	26,1%
2	Mengetahui	65	73,9%
3	Tidak Mengetahui	0	0%
4	Sangat Tidak Mengetahui	0	0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan dari data tabel 4.10 dapat kita lihat bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau palsu menunjukkan sebanyak 23 responden dengan tingkat persentase 26,1% sangat mengetahui apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau berita palsu,

sedangkan 65 responden dengan tingkat persentase 73,9% menunjukkan bahwa mereka mengetahui apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau berita palsu, dan dari 88 responden tidak ada satupun yang tidak mengetahui terlebih sangat tidak mengetahui dengan apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau palsu. Hal ini menunjukkan bahwa semua mahasiswa yang menjadi responden mengetahui apa yang dimaksud dengan berita Hoax atau berita palsu. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.4
Tingkat Pengetahuan Responden terhadap apa yang dimaksud dengan Berita Hoax



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

b. Mengetahui Perbedaan Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa dalam membedakan berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, peneliti mengedarkan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

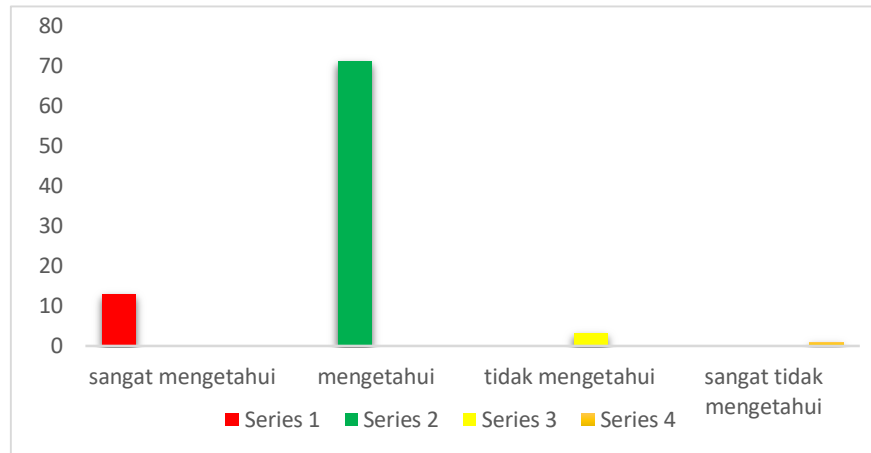
Tabel 4.11
Pengetahuan Responden dalam Membedakan Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

No	Kemampuan Membedakan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Mengetahui	13	14,8%
2	Mengetahui	71	80,7%
3	Tidak Mengetahui	3	3,4%
4	Sangat Tidak Mengetahui	1	1,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.11 di atas diketahui bahwa sebanyak 13 responden dengan persentase 14,8% sangat mengetahui membedakan berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, 71 responden dengan persentase 80,7% menyatakan mengetahui membedakan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, sedangkan 3 responden dengan persentase 3,4% menyatakan tidak mengetahui membedakan antara Hoax dengan berita yang sesungguhnya, dan 1 responden dengan persentase 1,1% sangat tidak mengetahui membedakan Hoax dengan berita yang sesungguhnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebahagian besar mahasiswa mengetahui perbedaan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, dengan persentase keseluruhan 95,5% dan sisanya 4,5 merupakan responden yang tidak mampu membedakan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.
Pengetahuan Membedakan Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

c. Memahami Perbedaan Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

Untuk mengetahui apakah mahasiswa memahami perbedaan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.12
Memahami Perbedaan Antara Berita Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

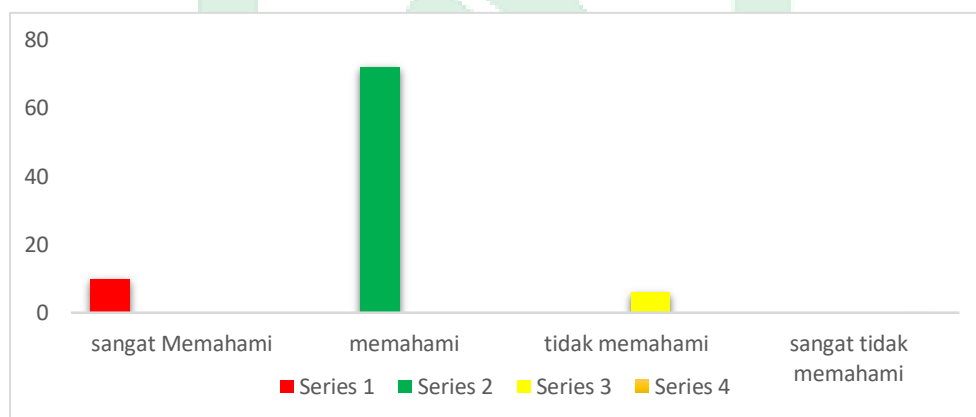
No	Kemampuan Memahami	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memahami	10	11,4%
2	Memahami	72	81,8%
3	Tidak Memahami	6	6,8%
4	Sangat Tidak Memahami	0	0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.12 di atas diketahui bahwa 10 responden dengan tingkat persentase 11,4% sangat memahami perbedaan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, sedangkan 72 responden dengan persentase 81,8% memahami

perbedaan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya, sedangkan 6 responden dengan persentase 6,8% menyatakan tidak memahami perbedaan antara Hoax dengan berita yang sesungguhnya, dan tidak ada 1 respondenpun yang menyatakan bahwa tidak memahami sama sekali perbedaan antara berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat pemahaman yang tinggi terhadap perbedaan berita Hoax dengan berita yang sesungguhnya dengan persentase keseluruhan 93,2% dan yang tidak memahaminya sebesar 6,8%. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.6
Kemampuan Memahami Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

d. Penerapan Pengetahuan yang dimiliki Responden saat Membaca Berita Hoax di Portal Berita

Untuk mengetahui apakah mahasiswa menerapkan pengetahuan yang dimilikinya saat membaca berita Hoax, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.13
Penerapan Pengetahuan Responden saat Membaca Berita Hoax di Portal Berita

No	Penerapan Pengetahuan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Menerapkan	9	10,2%
2	Menerapkan	61	69,3%
3	Tidak Menerapkan	15	17,0%
4	Sangat Tidak Menerapkan	3	3,4%
Total		88	100%

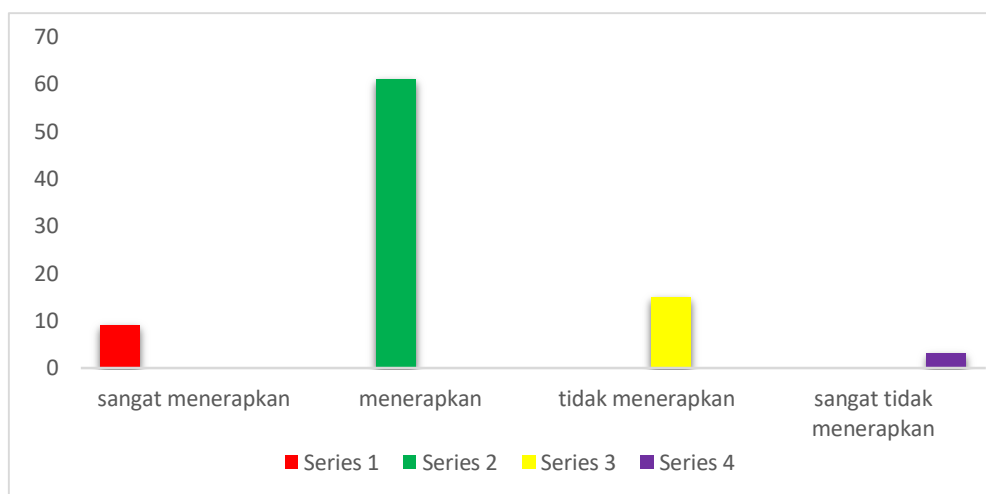
Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.13 di atas diketahui bahwa dari 88 responden, 9 responden dengan persentase 10,2% sangat menerapkan pengetahuan yang dimilikinya saat membaca berita Hoax di portal berita, sedangkan sebanyak 61 responden dengan persentase 69,3% menerapkan pengetahuan yang mereka miliki saat membaca berita Hoax di portal berita, 15 responden dengan persentase 17,0% tidak menerapkan pengetahuan yang mereka miliki saat membaca berita hoax di portal berita, dan 3 responden dengan persentase 3,4% sangat tidak menerapkan pengetahuan yang mereka miliki saat membaca berita hoax di portal berita, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menerapkan pengetahuan yang mereka

miliki saat membaca berita hoax di portal berita. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.7

Penerapaaan Pengetahuan saat Membaca Berita Hoax di Portal Berita



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

5. Menganalisis Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

Untuk mengetahui apakah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menganalisis perbedaan Hoax dengan berita yang sesungguhnya, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

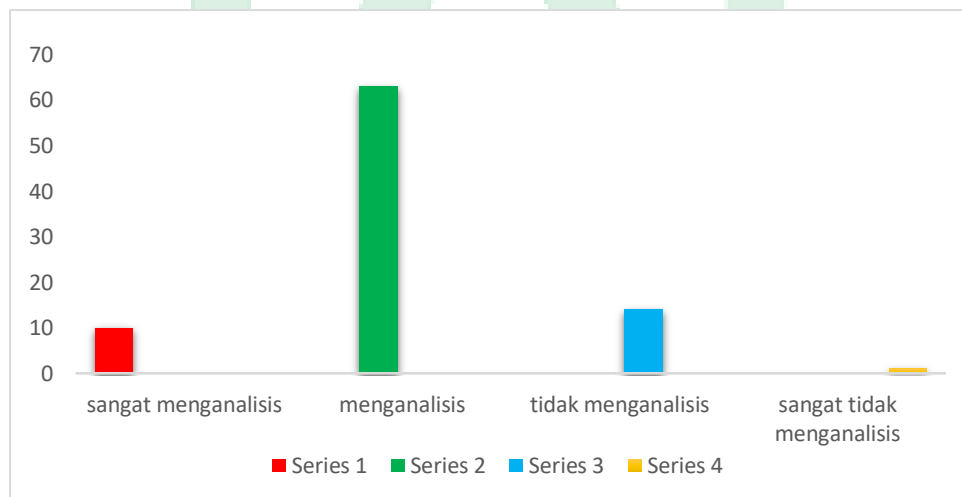
Tabel 4.14
Kemampuan Menganalisis Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya

No	Kemampuan Menganalisis	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Menganalisis	10	11,4%
2	Menganalisis	63	71,6%
3	Tidak Menganalisis	14	15,9%
4	Sangat Menganalisis	1	1,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan dari data tabel 4.14 di atas diketahui bahwa 10 responden dengan persentase 11,4% sangat menganalisis perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya, sebanyak 63 responden dengan persentase 71,6% menganalisis perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya, lalu 14 responden dengan persentase 15,9% tidak menganalisis perbedaan berita hoax dengan berita yang sesungguhnya, dan 1 responden sangat tidak menganalisis perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa utamanya yang menjadi responden dalam penelitian ini menganalisis perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.8
Kemampuan Menganalisis Perbedaan Hoax dengan Berita yang Sesungguhnya



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Untuk mengetahui seberapa banyak Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang memberikan respon positif dan negatif terkait dengan respon kognitif

maka peneliti menggunakan tabel silang atau dikenal dengan istilah *Crosstabs* dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tabel Silang Respon Kognitif

Respon Kognitif	Frekuensi		Total
	Positif	Negatif	
X1	88 (100%)	0 (0%)	88 (100%)
X2	84 (95.5%)	4 (4.5%)	88 (100%)
X3	82 (93.2%)	6 (6.8%)	88 (100%)
X4	70 (79.5%)	18 (20.5%)	88 (100%)
X5	73 (83%)	15 (17%)	88 (100%)
Mean	79 (90.25%)	9 (9.75%)	88 (100%)

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Berdasarkan dari tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa dari 88 mahasiswa yang menjadi responden rata-rata memberikan respon yang positif hal ini diketahui dari rata-rata responden yang memberikan respon positif sebanyak 79 responden dengan persentase (90.25%), berbanding dengan yang memberikan respon negatif rata-ratanya sebanyak 9 dengan persentase (9.75%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi rata-rata memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai Hoax.

3. Respon Afektif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi *Hoax* di Media Berita Online

Respon Afektif yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi *Hoax* di media berita online atau portal berita, berhubungan dengan hal itu peneliti mengajukan tiga pertanyaan menyangkut hal tersebut, untuk mengetahui lebih jelasnya, maka uraiannya sebagai berikut:

a. Menanggapi Berita *Hoax* yang dibaca di Portal Berita

Untuk mengetahui apakah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi selalu memberikan tanggapan atau menanggapi berita *Hoax* yang mereka baca di portal berita, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.16
Menanggapi Berita *Hoax* di Portal Berita

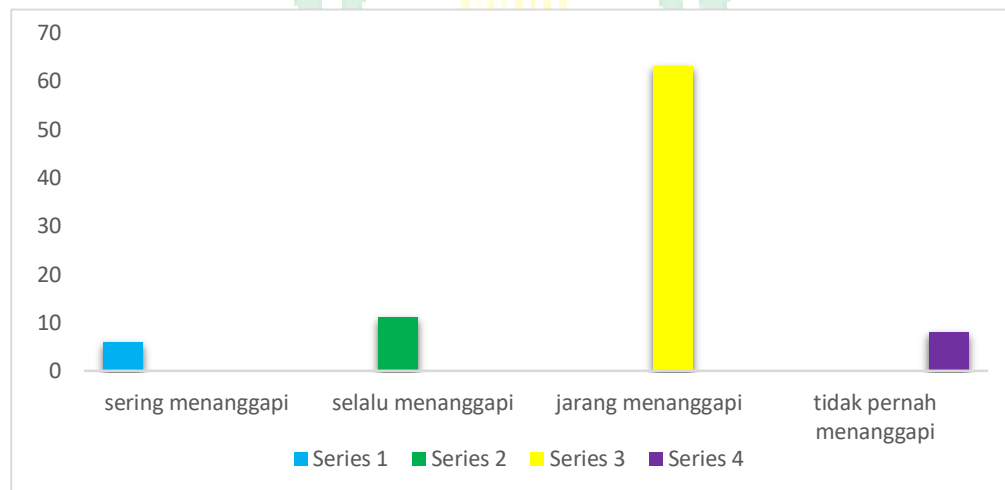
No	Menanggapi Berita <i>Hoax</i>	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sering Menanggapi	6	6,8%
2	Selalu Menanggapi	11	12,5%
3	Jarang Menanggapi	63	71,6%
4	Tidak Pernah Menanggapi	8	9,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.16 diketahui bahwa 6 responden dengan persentase 6,8% sering menanggapi berita *hoax* yang mereka baca di portal berita, 11 responden dengan persentase 12,5% selalu menanggapi berita *hoax* yang mereka baca

di portal berita, sebanyak 63 responden dengan persentase 71,6% jarang menanggapi berita hoax yang mereka baca di portal berita, dan 8 responden dengan persentase 9,1% tidak pernah menanggapi berita hoax yang mereka baca di portal berita. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi termaksud dalam kategori jarang menanggapi berita hoax yang mereka baca di portal berita. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.19
Menanggapi Beita Hoax di Portal Berita



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

b. Mengelola Berita yang dibaca di Portal Berita

Untuk mengetahui apakah mahasiswa Fakultas dakwah dan Komunikasi Mengelola Berita yang mereka baca di portal berita, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

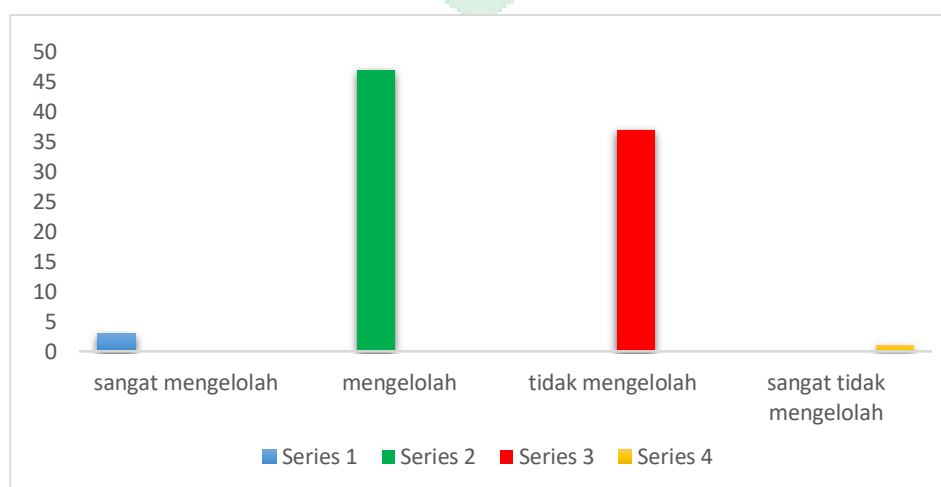
Tabel 4.17
Mengelola Berita yang dibaca di Portal Berita

No	Mengelola Berita	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Mengelolah	3	3,4%
2	Mengelolah	47	53,4%
3	Tidak Mengelolah	37	42,0%
4	Sangat Tidak Mengelolah	1	1,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.17 di atas diketahui bahwa 3 responden dengan frekuensi 3,4% sangat mengelolah berita yang mereka baca di portal berita, sebanyak 47 responden dengan persentase 53,4% mengelolah berita yang mereka baca di portal berita, selanjutnya 37 responden dengan persentase 42,0% tidak mengelolah berita yang mereka baca di portal berita, dan 1 responden dengan persentase 1,1% sangat tidak mengelolah berita yang dibacanya di portal berita. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.10
Mengelola Berita yang dibaca di Portal Berita



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

4. Cara Memverifikasi Kepalsuan Berita yang di Baca

Untuk mengetahui bagaimana cara mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam hal memverifikasi kepalsuan berita yang mereka baca, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan di peroleh data sebagai berikut:

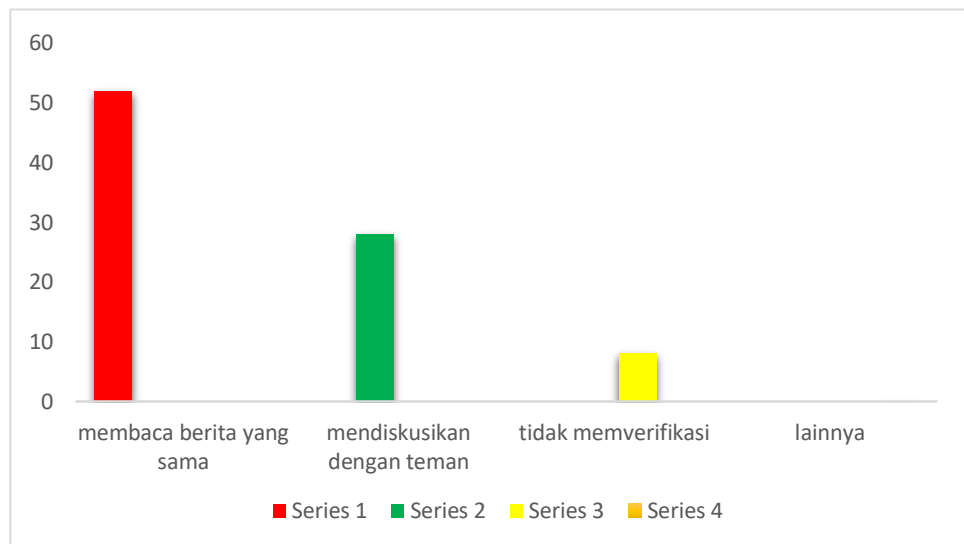
Tabel 4.18
Cara Memverifikasi Kepalsuan Berita yang dibaca

No	Cara Memverifikasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	Membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda	52	59,1%
2	Mendiskusikan berita tersebut dengan teman anda	28	31,8%
3	Tidak memverifikasi berita tersebut	8	9,1%
4	Lainnya (pilihan responden)	0	0,0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.18 di atas dapat diketahui bahwa frekuensi mahasiswa dalam memverifikasi kepalsuan berita yang mereka baca dengan cara membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda sebanyak 52 responden dengan persentase 59,1%, untuk mendiskusikan berita tersebut dengan teman sebanyak 28 responden dengan persentase 31,8%, dan tidak memverifikasi berita tersebut sebanyak 8 responden dengan persentase 9,1% dan untuk pilihan lainnya yang merupakan pilihan dari responden tidak ada yang memilih pilihan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa melakukan verifikasi terhadap kepalsuan berita yang mereka baca. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.11
Cara Memverifikasi Kepalsuan Berita yang dibaca



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Untuk mengetahui seberapa banyak Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang memberikan respon positif dan negatif terkait dengan respon afektif maka peneliti menggunakan tabel silang atau dikenal dengan istilah *Crosstabs* dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.19
Tabel Silang Respon Afektif

Respon Afektif	Frekuensi		Total
	Positif	Negatif	
X6	17 (19.3%)	71 (80.7%)	88 (100%)
X7	38 (43.2%)	50 (56.8%)	88 (100%)
X8	8 (9.1%)	80 (90.9%)	88 (100%)
Mean	21 (23.87%)	67 (76.13%)	88 (100%)

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Berdasarkan dari tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa dari 88 mahasiswa yang menjadi responden rata-rata memberikan respon yang negatif hal ini diketahui dari rata-rata responden yang memberikan respon negatif sebanyak 67 responden dengan persentase (76.13%), berbanding dengan yang memberikan respon positif rata-ratanya sebanyak 21 responden dengan persentase (23.87%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi rata-rata memiliki sikap yang negatif mengenai informasi Hoax di media berita online.

4. Respon Konatif (Psikomotorik) Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi *Hoax* di Media Berita Online

Respon Psikomotorik yang dimaksud dengan psikomotorik adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau kebiasaan. Untuk mengetahui bagaimana tindakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di media berita online atau portal berita, berhubungan dengan hal itu peneliti mengajukan dua pertanyaan menyangkut hal tersebut, untuk mengetahui lebih jelasnya, maka uraiannya sebagai berikut:

a. Bentuk Tindakan setelah Mendapati Informasi Hoax di Media Berita Online

Untuk mengetahui bagaimana bentuk tindakan dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi setelah mendapati informasi hoax di media berita online atau portal berita maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan di peroleh data sebagai berikut:

Tabel 4.20
Bentuk Tindakan Mahasiswa Setelah Mendapati Informasi Hoax di Media Berita Online

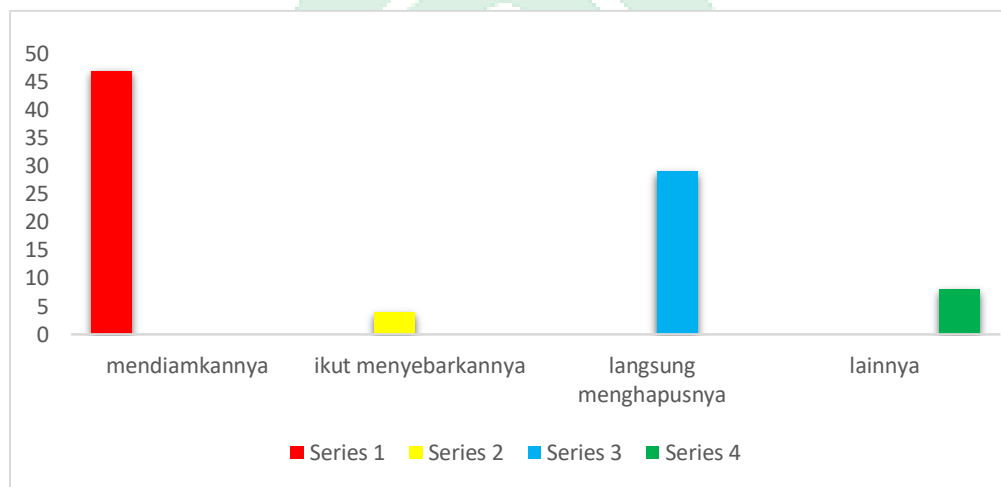
No	Bentuk Tindakan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mendiamkannya	47	53,4%
2	Ikut Menyebarkannya	4	4,5%
3	Langsung Menghapusnya	29	33,0%
4	Lainnya (Pilihan Responden)	8	9,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat diketahui bahwa bentuk tindakan mahasiswa setelah mendapati berita hoax di media berita online atau portal berita sebanyak 47 responden dengan persentase 53,4% memilih mendiamkannya, 4 responden dengan persentase 4,5% memilih ikut menyebarkannya, lalu sebanyak 29 responden dengan persentase 33,0% memilih untuk langsung menghapusnya, dan untuk pilihan lainnya yang merupakan pilihan responden dipilih oleh 8 responden dengan persentase 9,1% dengan pilihan, berkomentar di portal berita, memasang status di *WhattApp* dan *Instagram* bahwa berita itu Hoax, memberitahukan kepada teman bahwa berita itu hoax, Memverifikasi berita tersebut, Membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda, memberikan tanggapan terhadap isi berita, tidak menanggapi,

dan *Tabayyun*. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa lebih memilih untuk mengabaikan berita hoax yang mereka dapatkan baik dengan cara mendiamkannya maupun langsung menghapusnya. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.12
Bentuk Tindakan Setelah Mendapati Informasi Hoax di Media Berita Online



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

- b. Keikutsertaan dalam Penyebaran Informasi Hoax di Media Berita Online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan

Untuk mengetahui keikutsertaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam penyebaran Informasi Hoax di media berita online atau portal berita baik sepengetahuan mereka maupun tidak sepengetahuan mereka, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.21

Keikutsertaan dalam Penyebaran Informasi Hoax di Media Berita Online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan

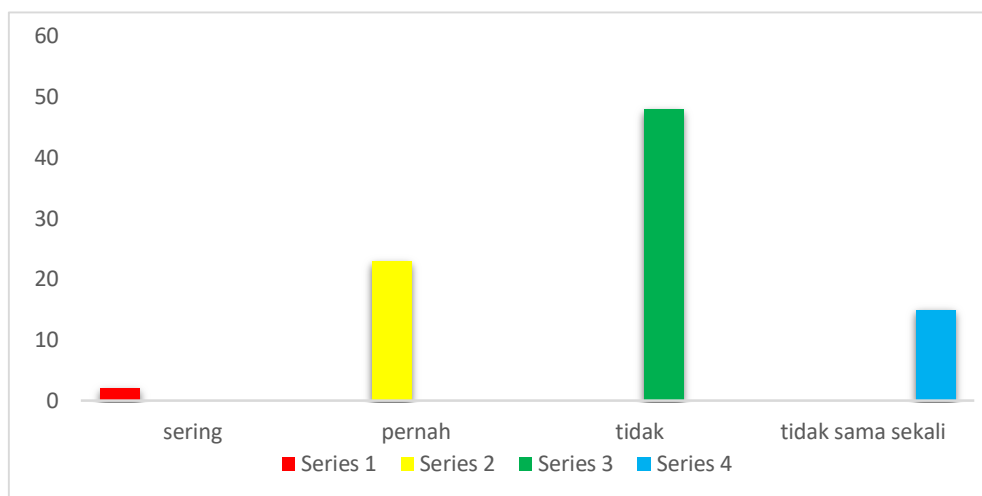
No	Keikutsertaan dalam Penyebaran	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sering	2	2,3%
2	Pernah	23	26,1%
3	Tidak	48	54,5%
4	Tidak sama sekali	15	17,0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.21 di atas dapat diketahui frekuensi Keikutsertaan dalam penyebaran informasi hoax di media berita online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan mereka, dan diketahui bahwa 2 responden dengan persentase 2,3% sering terlibat dalam penyebaran berita hoax baik itu sepengetahuan mereka ataupun tidak, sebanyak 23 responden dengan persentase 26,1% pernah terlibat dalam penyebaran berita hoax baik sepengetahuan mereka maupun tidak sepengetahuan mereka, lalu sebanyak 48 responden dengan persentase 54,4% tidak pernah terlibat dalam penyebaran berita hoax, dan 15 responden dengan persentase 17,0% menyatakan bahwa mereka tidak sama sekali pernah terlibat dalam penyebaran berita hoax. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa tidak pernah ikut serta dalam penyebaran Informasi hoax di media berita online atau lebih sederhananya penyebaran berita hoax di portal berita. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.13

Keikutsertaan dalam Penyebaran Informasi Hoax di Media Berita Online baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuan



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Untuk mengetahui seberapa banyak Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang memberikan respon positif dan negatif terkait dengan respon afektif maka peneliti menggunakan tabel silang atau dikenal dengan istilah *Crosstabs* dan diperoleh data sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
 MAKASSAR

Tabel 4.22
Tabel Silang Respon Psikomotorik

Respon Psikomotorik	Frekuensi		Total
	Positif	Negatif	
X9	4 (4.5%)	84 (95.5%)	88 (100%)
X10	25 (28.5%)	63 (71.5%)	88 (100%)
Mean	15 (16.5%)	73 (83.5%)	88 (100%)

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

Berdasarkan dari tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa dari 88 mahasiswa yang menjadi responden rata-rata memberikan respon yang negatif hal ini diketahui dari rata-rata responden yang memberikan respon negatif sebanyak 73 responden dengan persentase (83.5%), berbanding dengan yang memberikan respon positif rata-ratanya sebanyak 15 responden dengan persentase (16.5%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi rata-rata memiliki tindakan yang negatif terhadap informasi Hoax di media berita online.

5. Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Setelah mengetahui respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi baik secara Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik. Peneliti kini ingin mengetahui respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita secara umum. Maka dari itu peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan mengajukan enam pertanyaan yang berhubungan dengan hal itu.

1. Respon Mahasiswa

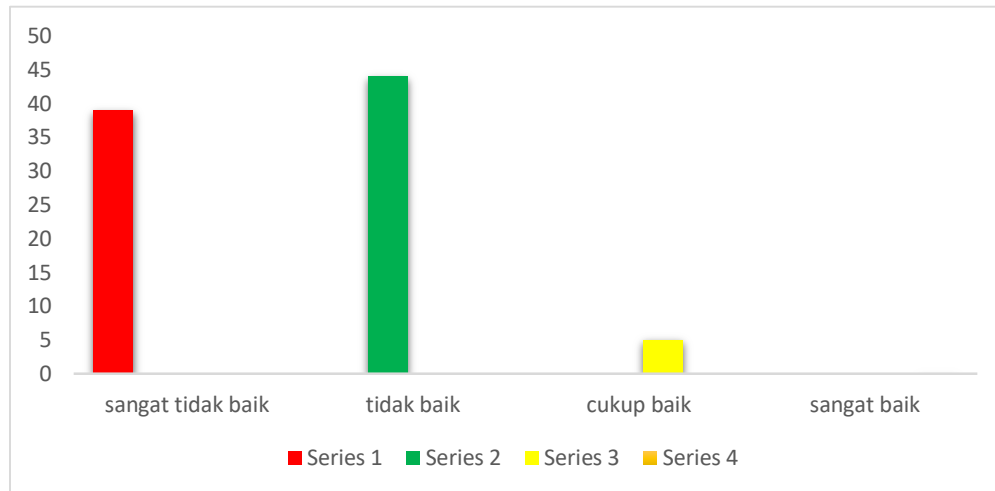
Untuk mengetahui respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.23
Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online

No	Respon Mahasiswa	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Baik	39	44,3%
2	Tidak Baik	44	50,0%
3	Cukup Baik	5	5,7%
4	Sangat Baik	0	0,0%
total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.23 di atas dapat diketahui frekuensi mahasiswa dalam merespon berita hoax, 39 responden dengan persentase 44,3% merespon dengan sangat tidak baik terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita, lalu sebanyak 44 responden dengan persentase 50,0% merespon tidak baik terhadap hal tersebut, dan 5 responden dengan persentase 5,7% merespon cukup baik terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita, dan tidak ada responden yang merespon sangat baik terhadap hal tersebut. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa hampir semuanya memberikan respon negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.14**Respon Mahasiswa terhadap informasi hoax di media berita online**

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

2. Hal yang Membuat Tertarik Membaca Informasi Hoax di Media Berita Online

Untuk mengetahui apa yang membuat mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tertarik untuk membaca informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

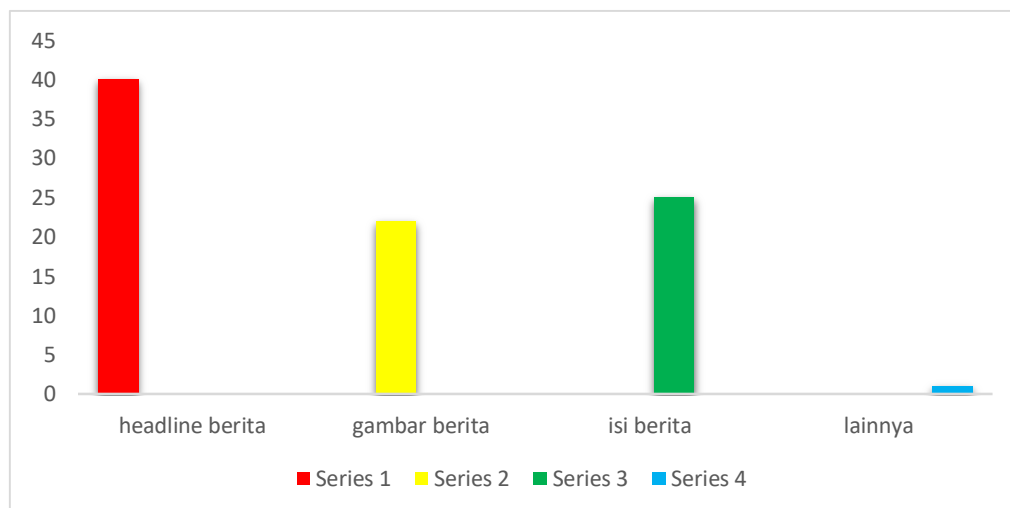
Tabel 4.24**Hal yang Membuat Tertarik Membaca Informasi Hoax di Media Berita Online**

No	Hal yang Membuat Tertarik	Frekuensi	Persentase
1	Headline Berita	40	45,5%
2	Gambar Berita	22	25,0%
3	Isi Berita	25	28,4%
4	Lainnya (Pilihan Responden)	1	1,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.24 di atas dapat diketahui hal yang membuat mahasiswa tertarik untuk membaca informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita, 40 responden dengan persentase 45,5% menyatakan hal yang membuat mereka tertarik untuk membaca ialah headline berita, lalu 22 responden dengan persentase 25,0% menyatakan hal yang membuat mereka tertarik untuk membaca ialah gambar berita, sedangkan 25 responden dengan persentase 28,4% yang membuat mereka tertarik untuk membaca ialah isi berita, dan 1 responden dengan persentase 1,1% memilih pilihan lainnya dan menyatakan bahwa hal yang membuat tertarik untuk membaca ialah headline dan gambar berita. Dari data tersebut diketahui bahwa yang paling banyak membuat mahasiswa tertarik untuk membaca berita tersebut ialah headline berita, hal ini menunjukkan bahwa penentuan headline berita berperan penting dalam menarik minat para pembaca utamanya berita hoax. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.15
Hal yang Membuat Tertarik untuk Membaca



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

3. Jenis Informasi Hoax Atau Berita Hoax yang Sering ditemukan

Untuk mengetahui jenis informasi atau berita hoax yang biasa ditemukan mahasiswa pada media massa online atau portal berita, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

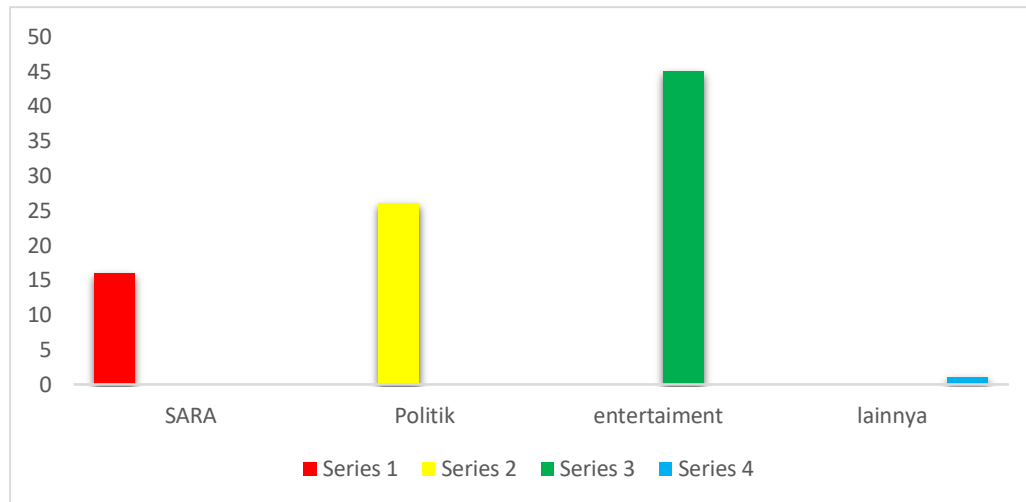
Tabel 4.25
Jenis Informasi Hoax Atau Berita Hoax yang Sering di Temukan

No	Jenis Berita	Frekuensi	Persentase (%)
1	SARA	16	18,2%
2	Politik	26	29,5%
3	Entertainment	45	51,1%
4	Lainnya (Pilihan Responden)	1	1,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.25 di atas dapat diketahui frekuensi dari jenis berita hoax yang sering ditemukan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi saat mengakses berita di media berita online atau portal berita, 16 responden dengan persentase 18,2% memilih jenis berita SARA, lalu 26 responden dengan persentase 29,5% memilih jenis berita politik, sedangkan sebanyak 45 responden dengan persentase 51,1% memilih jenis berita entertainment, dan 1 responden dengan persentase 1,1% memilih lainnya dan memasukkan jenis berita lowongan kerja sebagai pilihannya untuk jenis berita hoax yang paling sering di temukannya. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
 MAKASSAR

Gambar 4.16**Jenis Informasi Hoax Atau Berita Hoax yang Sering ditemukan**

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

4. Sejauh yang diketahui Tentang Komunikasi Massa, apakah berita palsu (hoax) pada portal berita memiliki dampak yang buruk terhadap realitas akan berita yang diberitakan

Untuk mengetahui dampak buruk yang diakibatkan oleh informasi hoax atau berita palsu terhadap realitas berita yang di beritakan dari sudut pandang komunikasi massa, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan di peroleh data sebagai berikut:

Tabel 4.26

Dampak Buruk yang di Akibatkan oleh Informasi Hoax atau Berita Palsu Terhadap Realitas Berita yang di Beritakan dari Sudut Pandang Komunikasi Massa

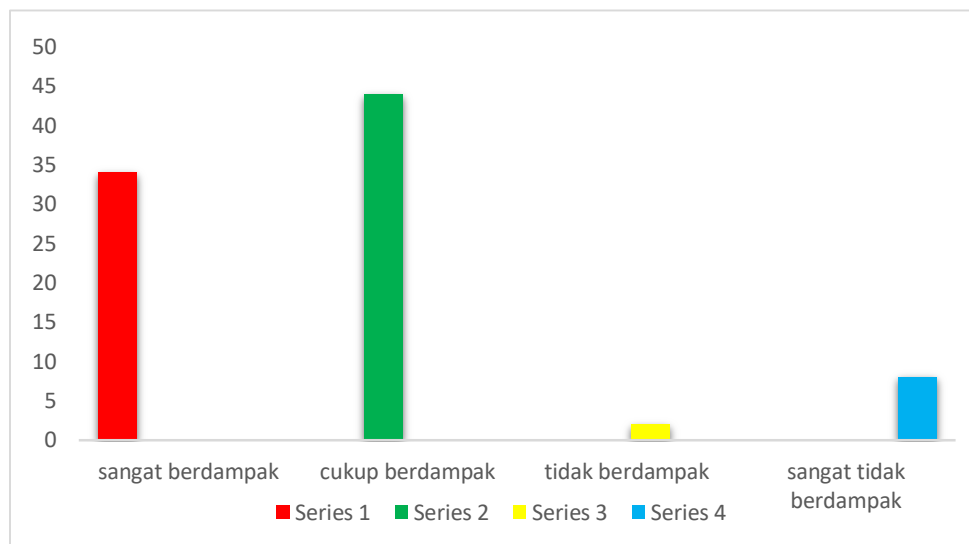
No	Dampak yang di timbulkan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Berdampak	34	38,6%
2	Cukup Berdampak	44	50,0%
3	Tidak Berdampak	2	2,3%
4	Sangat Tidak Berdampak	8	9,1%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.26 di atas dapat diketahui dampak buruk yang diakibatkan oleh informasi hoax atau berita palsu terhadap realitas berita yang diberitakan dari sudut pandang komunikasi massa berdasarkan pengetahuan responden, dan hasil menunjukkan 34 responden dengan persentase 38,6% memilih sangat berdampak, lalu sebanyak 44 responden dengan persentase 50,0% memilih cukup berdampak, 2 responden dengan persentase 2,3% memilih tidak berdampak, dan 8 responden dengan persentase 9,1% memilih sangat tidak berdampak. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa informasi hoax atau berita palsu di media berita online atau portal berita memiliki dampak yang buruk terhadap realitas berita yang diberitakan berdasarkan sudut pandang komunikasi massa. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.17

Dampak Buruk yang di Akibatkan oleh Informasi Hoax atau Berita Palsu Terhadap Realitas Berita yang di Beritakan dari Sudut Pandang Komunikasi Massa



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

6. Media Berita Online atau Portal Berita Menjadi Penyalur Informasi atau Berita Hoax Paling Produktif diBandingkan Media Massa Lain

Untuk mengetahui apakah media berita online atau portal berita menjadi penyalur informasi atau berita hoax paling produktif dibandingkan media massa lain, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.27
Media Berita Online atau Portal Berita Menjadi Penyalur Informasi atau
Berita Hoax Paling Produktif diBandingkan Media Massa Lain

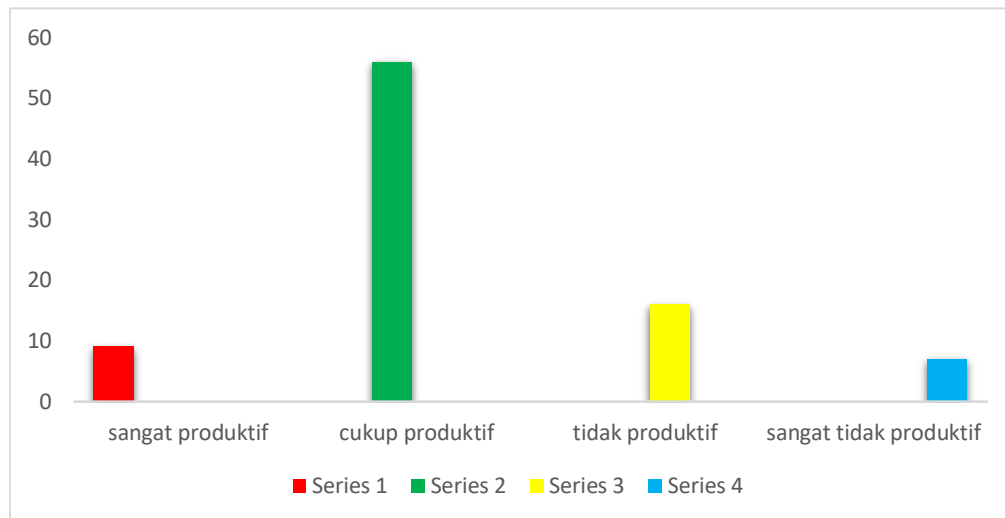
No	Penyalur Berita Hoax Paling Produktif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Produktif	9	10,2%
2	Cukup Produktif	56	63,6%
3	Tidak Produktif	16	18,2%
4	Sangat Tidak Produktif	7	8,0%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.27 dapat diketahui bahwa 9 responden dengan persentase 10,2% memilih sangat produktif, lalu sebanyak 56 responden dengan persentase 63,6% memilih cukup produktif, 16 responden dengan persentase 18,2% memilih tidak produktif, dan 7 responden dengan persentase 8,0% memilih sangat tidak produktif. Dari data tersebut diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa memilih media berita online atau portal berita sebagai media massa penyalur informasi hoax atau berita hoax paling produktif dibandingkan dengan media massa lainnya. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.18

Media Berita Online atau Portal Berita Menjadi Penyalur Informasi atau Berita Hoax Paling Produktif diBandingkan Media Massa Lain



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner) September, 2018

7. Perkembangan Informasi Hoax atau Berita Hoax di tengah Masyarakat yang Kurang Memperhatikan Sumber Berita yang Mereka Akses

Untuk mengetahui perkembangan informasi hoax atau berita hoax pada media berita online atau portal berita di tengah masyarakat yang kurang memperhatikan sumber berita yang mereka akses, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 88 responden dan di peroleh data sebagai berikut:

Tabel 4.28
Perkembangan Informasi Hoax atau Berita Hoax di tengah Masyarakat yang Kurang Memperhatikan Sumber Berita yang Mereka Akses

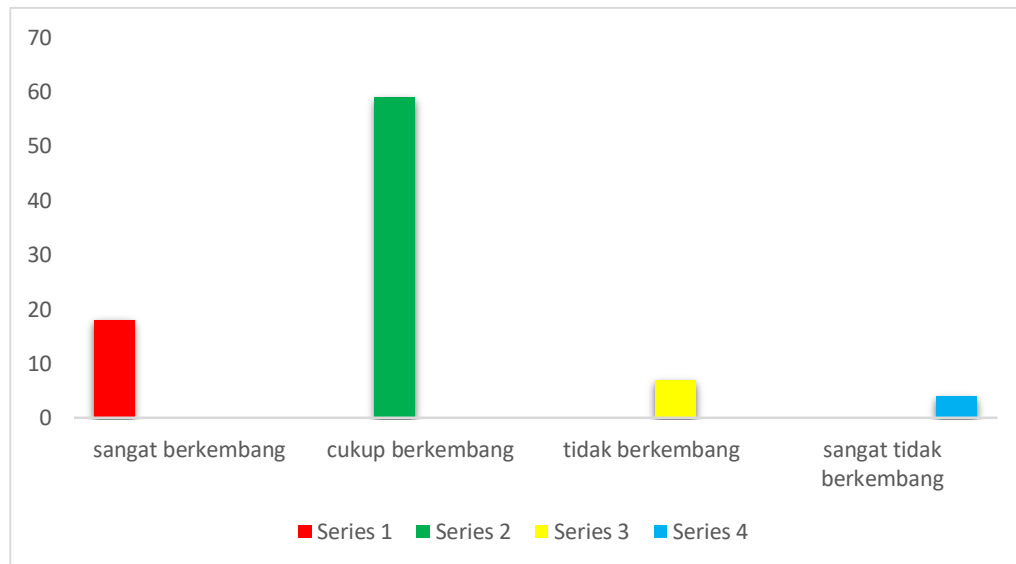
No	Perkembangan Informasi Hoax	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Berkembang	18	20,5%
2	Cukup Berkembang	59	67,0%
3	Tidak Berkembang	7	8,0%
4	Sangat Tidak Berkembang	4	4,5%
Total		88	100%

Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

Berdasarkan data dari tabel 4.28 dapat diketahui 18 responden dengan persentase 20,5% memilih sangat berkembang, lalu 59 responden dengan persentase 67,0% memilih cukup berkembang, sedangkan untuk pilihan tidak berkembang dipilih oleh 7 responden dengan persentase 8,0%, dan 4 responden dengan persentase 4,5% memilih sangat tidak berkembang. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa informasi hoax atau berita hoax cukup berkembang di tengah masyarakat yang kurang memperhatikan sumber berita yang mereka baca, hal ini di buktikan dengan lebih dari seperdua responden menyatakan hal tersebut. Apabila distribusi frekuensi tersebut digambarkan melalui grafis maka akan tampil sebagai berikut:

Gambar 4.19

Perkembangan Informasi Hoax atau Berita Hoax di tengah Masyarakat yang Kurang Memperhatikan Sumber Berita yang Mereka Akses



Sumber: Data Primer Peneliti (Olah Data Kuesioner, SPSS Ver.24) September, 2018

B. Pembahasan

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online. Respon yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah respon kognitif, afektif, dan psikomotorik, serta respon secara umum. Berikut pembahasan secara mendetail mengenai respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online.

1. Identitas Responden dan Tingkat Penggunaan Portal Berita

Berdasarkan hasil dari olah data, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 59 orang dengan persentase 67,0%, mayoritas responden berusia 22 – 23 tahun, dan mayoritas responden berasal dari jurusan Jurnalistik dan Ilmu Komunikasi.

Mahasiswa yang menjadi responden ialah mahasiswa yang biasa mengakses portal berita, mayoritas mahasiswa mengakses portal berita detik.com (46,6%) dengan kompas.com (45,5%), mahasiswa menggunakan Handpone untuk mengakses berita pada portal berita, rata – rata mahasiswa mengakses 1 kali sampai dengan 2 kali sehari, informasi yang biasa mereka akses di portal berita ialah berupa artikel umum dan sosial politik, mahasiswa jarang mengakses portal berita untuk mengisi waktu luang mereka dan yang menjadi alasan mereka mengakses portal berita ialah untuk mendapatkan informasi yang terkini (*Up to date*).

2. Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 88 responden yang merupakan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang merupakan angkatan 2014 maka di nperoleh data sebagai berikut:

Hasil penelitian pada indikator pertama yang menyangkut respon kognitif yang berhubungan dengan pengetahuan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online yang peneliti cantumkan hanyalah persentase tertinggi jawaban dari responden di setiap pertanyaan dan di peroleh hasil semua yang menjadi responden ialah yang mengetahui apa yang dimaksud dengan informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita. Pada bagian pengetahuan terhadap perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya

71 mahasiswa dengan persentase (80,7%) mengetahui perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya, dan untuk bagian pertanyaan pemahaman terhadap perbedaan hoax dengan berita yang sesungguhnya sebanyak 72 mahasiswa dengan persentase (81,8%) menyatakan bahwa mereka memahami perbedaan antara berita hoax dengan berita yang sesungguhnya.

Banyak responden yang menyatakan bahwa mengetahui dan memahami itu sama, nyatanya kedua hal tersebut berbeda, seseorang yang mengetahui belum tentu memahami akan tetapi seseorang yang memahami sudah tentu mengetahui. Selanjutnya, pada pertanyaan penerapan pengetahuan yang dimiliki saat membaca berita hoax di portal berita 61 mahasiswa dengan persentase (69,3%) menerapkan pengetahuan mereka mengenai berita hoax ketika mendapati berita hoax di portal berita, dan pada bagian menganalisis perbedaan hoax dengan berita yang sesungguhnya sebanyak 63 mahasiswa dengan persentase (71,3%) menganalisis hal tersebut. Dan dari hasil tabel silang respon kognitif di peroleh data rata-rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita dengan jumlah 79 dengan persentase (90.25%) sedangkan yang merespon negatif sebanyak 9 dengan persentase (9,75%) hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap informasi hoax di media berita online.

Hasil penelitian pada indikator kedua yang menyangkut respon afektif yang berhubungan dengan sikap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap

Informasi Hoax di Media Berita Online yang peneliti cantumkan hanyalah persentase tertinggi jawaban dari responden disetiap pertanyaan dan diperoleh hasil pada bagian menanggapi berita hoax yang dibaca pada portal berita sebanyak 63 mahasiswa dengan persentase (71,6%) menyatakan jarang menanggapi berita hoax yang dibaca pada portal berita, lalu pada bagian mengelola berita yang dibaca pada portal berita 47 mahasiswa dengan persentase (53,4%) menyatakan bahwa mereka mengelolah berita yang mereka baca pada portal berita, dalam hal ini yang peneliti maksudkan dengan mengelolah ialah mengatur berita mana yang mereka baca sehubungan dengan pengetahuan mereka terhadap berita hoax sehingga mereka tidak terjebak dalam berita hoax tersebut.

Untuk bagian memverifikasi kepalsuan dari berita hoax yang dibaca sebanyak 52 mahasiswa dengan persentase (59,1%) memilih untuk membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda. Membaca berita yang sama dari sumber yang berbeda maksudnya di sini ialah saat para responden mendapatkan informasi hoax pada media berita online untuk memastikan apakah berita tersebut berita hoax atau bukan mereka melakukan pengecekan pada portal berita yang dianggap terpercaya, atau mengecek laman identifikasi hoax. Dan dari hasil tabel silang respon afektif diperoleh data rata-rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memberikan respon yang negatif hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata 67 dengan persentase (76.13%) berbanding dengan yang merespon positif sebanyak 21 dengan persentase (23.87%) hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memberikan sikap

yang negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita.

Hasil penelitian pada indikator ketiga yang menyangkut respon psikomotorik yang berhubungan dengan tindakan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online yang peneliti cantumkan hanyalah persentase tertinggi jawaban dari responden disetiap pertanyaan dan diperoleh hasil pada poin tindakan setelah mendapatkan berita hoax sebanyak 47 mahasiswa dengan persentase (53,4%) memilih mendiamkannya, dan pada poin ikut terlibat dalam penyebaran berita hoax baik sepengetahuan mereka maupun tidak 48 mahasiswa dengan persentase (54,5%) menyatakan tidak pernah ikut serta dalam hal penyebaran berita hoax.

Banyak yang salah memahami kedua pertanyaan tersebut untuk pertanyaan pada poin pertama yang dimaksudkan peneliti ialah bentuk tindakan setelah mendapati informasi hoax dan untuk pilihan kedua yakni ikut menyebarkannya maksudnya ialah mereka yang mengetahui bahwa informasi atau berita tersebut adalah informasi atau berita hoax akan tetapi tetap menyebarkannya, sedangkan pada pertanyaan kedua ialah keikutsertaan dalam penyebaran baik sepengetahuan maupun tidak sepengetahuannya, pada pilihan kedua yang menyatakan pernah ialah mereka yang menyebarkannya tanpa mengetahui bahwa itu ialah informasi atau berita hoax, mereka baru mengetahuinya setelah ikut menyebarkannya. Berdasarkan hasil dari tabel silang respon psikomotorik diperoleh data rata-rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan

Komunikasi memberikan respon yang negatif hal ini dibuktikan dengan jumlah rata-rata negatif sebanyak 73 dengan persentase (83.5%) berbanding dengan yang merespon positif sebanyak 15 dengan persentase (16.5%), hal ini membuktikan bahwa rata-rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memberikan respon tindakan yang negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau portal berita.

Hasil penelitian untuk indikator respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online atau berita palsu di portal berita secara umum, dan yang akan peneliti cantumkan hanyalah persentase tertinggi jawaban dari responden di setiap pertanyaan dan di peroleh hasil terhadap poin pertama mengenai respon terhadap berita hoax 44 mahasiswa dengan persentase (50,0%) menyatakan tidak baik, dan untuk hal yang membuat mahasiswa tertarik untuk membaca berita hoax 40 mahasiswa dengan persentase (45,5%) ialah headline berita, untuk jenis berita hoax yang sering ditemukan pada portal berita sebanyak 45 mahasiswa dengan persentase (51,1%) memilih entertainment.

Pada poin dampak buruk yang di akibatkan oleh berita hoax terhadap realitas berita yang diberitakan ditinjau dari pendekatan komunikasi massa 44 mahasiswa dengan persentase (50,0%) menyatakan bahwa hal itu cukup berdampak terhadap realitas berita yang diberitaka, pada poin perbandingan antara portal berita dengan media massa lainnya sebagai media yang paling produktif sebagai penyalur berita hoax 56 mahasiswa dengan persentase (63,6%) memilih cukup produktif dalam penyaluran berita hoax dibandingkan dengan media massa lainnya, dan untuk poin terakhir

mengenai perkembangan berita hoax di tengah masyarakat yang kurang memperhatikan sumber berita yang mereka akses sebanyak 59 mahasiswa dengan persentase (67,0%) memilih cukup berkembang. Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rata – rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memberikan respon negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita.

Berdasarkan dari analisis data tersebut menunjukkan respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi Hoax di media berita online atau berita hoax di portal berita ialah negatif, hal ini ditunjukkan dari setiap indikator mulai dari respon kognitif, afektif, psikomotorik, hingga pertanyaan mengenai respon secara umum. Mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi terhadap berita hoax hal ini sejalan dengan sikap mereka yang menyikapi secara negatif berita hoax tersebut dan terbukti dengan tindakan mereka.

Hal ini berarti bahwa teori kognitif relevan dengan penelitian ini, dimana teori ini menjelaskan bahwa pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya mampu memengaruhi sikap dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang.

Belakangan ini kasus mengenai berita hoax yang dibuat oleh seorang aktivis bernama Ratna Sarumpaet, yang menyatakan bahwa dirinya dianiaya oleh sekelompok orang. Banyak yang langsung mempercayai hal tersebut, salah satunya ialah calon presiden Republik Indonesia Prabowo dan juga beberapa politikus lainnya. Namun,

banyak pihak yang memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap berita hoax menyikapinya dengan cara memverifikasinya, dan berujung pada tindakan penangkapan terhadap Ratna Sarumpaet atas kasus berita Hoax tersebut yang melanggar pasal 14 dan 15 Undang – Undang Nomor 1 Tahun 1946 Tentang Peraturan Hukum Pidana. Serta Pasal 28 juncto pasal 45 Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Hal ini menunjukkan bahwa kita selaku masyarakat umum maupun mahasiswa, utamanya yang memiliki pengetahuan mengenai berita hoax harusnya memverifikasi terlebih dahulu berita tersebut sebelum mempercayainya apalagi hingga menyebarkannya. Dalam Al-Qur'an sendiri dijelaskan dalam Surat Al-Hujurat (49): 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ

نَدِيمِينَ ٦

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.¹

Pada Ayat ini menjelaskan bahwa siapapun yang menerima suatu berita atau informasi hendaknya meneliti kebenaran dari berita tersebut terlebih dahulu dengan

¹ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013) h. 516

berbagai cara yang bias dilakukan sebelum akhirnya mempercayai. karena mempercayai sesuatu yang belum tentu kebenarannya bisa mendatangkan musibah bagi diri kita sendiri terlebih bagi masyarakat luas, dan itu bisa berakhir dengan penyesalan terhadap diri sendiri.

Bukan hanya pada surah Al-Hujurat (49):6 akan tetapi Allah juga menegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' (17): 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْ ءٌ ۖ وَلَا

Terjemahannya:

Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya.

Ayat tersebut menjelaskan dengan sangat jelas bahwasanya seseorang yang tidak memiliki pengetahuan barang sedikitpun terhadap apa yang ia lakukan hal itu akan dimintai pertanggungjawabannya di akhirat nanti.

Selain itu dalam Kitab suci Al-Qur'an juga menjelaskan bahwa Allah SWT, mengecam penyebaran berita bohong atau *Hoax* hal ini di jelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nur (24): 14-15.

وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ۖ إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ۝

Terjemahannya:

Sekiranya tidak ada kurnia Allah dan rahmat-Nya kepada kamu semua di dunia dan di akhirat, niscaya kamu ditimpa azab yang besar, karena pembicaraan kamu tentang berita bohong itu.

(Ingatlah) di waktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit juga, dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal dia pada sisi Allah adalah besar.²

Sangat jelas dalam ayat tersebut tidak ada karunia dan rahmat untuk mereka yang menyebarkan berita bohong baik di dunia maupun di akhirat dan azab besar akan menimpa dirinya akibat dari perbuatannya tersebut. Karena ketidaktahuannya terhadap berita yang mereka sebar dan menganggap remeh hal tersebut, padahal itu adalah suatu dosa besar dan Allah akan membalasnya dengan hukuman yang berat pula.

² Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013) h. 516

Walaupun demikian, penelitian yang melibatkan 88 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menunjukkan bahwa respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita online tergolong dalam respon negatif. Hal ini menunjukkan bahwa rata – rata respon mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online ialah negatif.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui “Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online” dengan menggunakan beberapa indikator yaitu Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik.

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis data yang dilakukan terhadap 88 responden yang dibuktikan dengan hasil olah data menggunakan SPSS Versi 24 *for windows* di peroleh data:

1. Respon Kognitif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Berdasarkan dari hasil analisis pada bagian respon kognitif diperoleh hasil bahwa rata-rata Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap informasi hoax di media berita online atau portal berita dengan jumlah 79 dengan persentase (90.25%).

2. Respon Afektif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Berdasarkan dari hasil analisis pada bagian respon afektif maka diperoleh hasil bahwa rata-rata Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menunjukkan

sikap yang negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau portal berita hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata yang memberikan respon negatif sebanyak 67 dengan persentase (76.13%).

3. Respon Psikomotorik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online

Berdasarkan dari hasil analisis pada bagian respon afektif maka diperoleh hasil bahwa rata-rata Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menunjukkan tindakan negatif terhadap informasi hoax di media berita online atau portal berita ditunjukkan dengan jumlah rata-rata 73 dengan persentase (83.5%).

Hal ini menunjukkan bahwa respon rata – rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap Informasi Hoax di Media Berita Online negatif. Hal ini dikarenakan sikap dan tindakan mahasiswa yang menunjukkan respon negatif, terbukti pula pada pertanyaan respon secara umum 83 responden dari 88 menanggapinya secara tidak baik. Dari seluruh indikator yang mendapat respon paling tinggi ialah pengetahuan, dimana rata – rata mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki pengetahuan yang tinggi terhadap informasi hoax atau berita hoax, baik dalam hal mengetahui perbedaan, pemahaman, penerapan pengetahuan, dan menganalisis perbedaan berita hoax dengan berita yang sesungguhnya.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka implikasi penelitian yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut.

1. Implikasi teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperkaya keilmuan dalam bidang jurnalistik, sekaligus sebagai sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan. Terlebih lagi mengingat penyebaran informasi hoax atau berita hoax telah sering menimbulkan keresahan bagi masyarakat. Oleh karena itu, perlunya ada materi tentang informasi hoax atau berita hoax yang diajarkan secara akademik dan dibukukan sebagai pedoman pembelajaran.
2. Implikasi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan secara khusus kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, agar dijadikan bahan evaluasi dalam menyikapi informasi hoax atau berita hoax di media berita online atau portal berita. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai hoax, sehingga para pembaca lebih pandai dalam menyikapinya.
3. Peneliti juga berharap untuk peneliti yang mengangkat kasus yang sama agar kiranya mengkaji lebih jauh mengenai respon yang dihasilkan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi terhadap informasi hoax di media berita online, baik dari segi hubungan maupun pengaruh yang ditimbulkan oleh berita hoax, serta peneliti berharap agar peneliti

selanjutnya lebih berani dan tekun dalam mengangkat kasus tersebut dan juga melakukan penelitian gabungan antara kuantitatif dan kualitatif, dimana selain mengumpulkan data peneliti juga melakukan wawancara guna memperkuat dan melengkapi data penelitiannya.



DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

- Abu, Ahmad. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2010.
- Ardial. *Paradigma Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Presedur penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2010.
- Buku Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2017
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016
- Departemen Agama RI. *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013.
- Fauzi, Ahmad. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Haplin, JP.C. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2005.
- Irianto, Agus. *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Kartini, Kartono. *Psikologi Umum*, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. dengan kata pengantar oleh Burhan Bungia, Edisi Pertama; Cet,IV; Jakarta: Kencana, 2009.
- Laksana, Muhibudin Wijaya. *Psikologi Komunikasi*. Dengan kata pengantar oleh H. Endin Nasrudin. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga; Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- . *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya, 2005.
- Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta; PT Rineka Cipta, 2016.
- Rosmini. *Tafsir Ayat-ayat Komunikasi*. Watangpone: Penerbit Syahadah 2017.

- Said, Nurhidayat Muh. *Metode Penelitian Dakwah*. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Shihab, M.Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an* ayat 11 vol.9. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Siswanti, dkk. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*, Cet IV, Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2015.
- Sudiyono, Aras. *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 1987.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: CV Alfabeta, 1998.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Kepribadian*, Jakarta: Reneka Cipta, 1992.
- Suryawati, Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar dan Praktik*. Cet.1, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Sutarta, Edi. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Syaifuddin, Lukman Hakim. *Melawan Hoax di Media Sosial & Media Massa*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing, 2017.
- Tamburaka, Apriadi. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Tajibu, Kamaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Cet I; Makassar: Alauddin University Press, 2013.

SUMBER SKRIPSI

- Khaerunnisa, Andi. "Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Terhadap Tayangan Program On The Spot di Trans7". *Skripsi*. Makassar : Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2013.
- Maria Ulfa, "Respon Mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2004-2007 Terhadap Kebebasan Pers di Indonesia", *Skripsi*, Jakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.
- Mutmainnah, Syahrina. "Strategi Penyajian Berita Pada portal Fajar Online.com", *Skripsi*. Makassar: Fak. Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016.

M.Gusti Yunanda Tama, “Tanggapan Mahasiswa Terhadap Bahasa Jurnalistik Tabloid Teknokra” (Studi Tanggapan Mahasiswa Universitas Lampung Angkatan 2015 Terhadap Bahasa Jurnalistik di Tabloid UKPM Teknokra), *Skripsi*, Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2017.

Teguh Nurrohman, “Respon Mahasiswa Dakwah Terhadap Siaran Radio Komunitas STAR FM IAIN Purwakerto”, *Skripsi*, Purwakerto: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwakerto, 2015.

Dian Sativa, “Media Online dan Pemenuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)”, *Skripsi*. Surakarta: Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.

SUMBER JURNAL

Rahadi, Dedi Rianti “Perilaku pengguna dan informasi *hoax* di media sosial”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 5 no 1 (2017).

Maulana, Luthfi “Kitab Suci dan Hoax: Pandangan Al-Qu’an Dalam Menyikapi Berita Bohong”, *Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya* 2,no 2 (Desember 2017).

Eriyanto,”Teori Spiral Kesunyian dan Negara Transisi Demokratis: Sebuah Pengujian di Indonesia”, *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol.1 no.1 (April 2012)

Stepanus Sigit Pranoto,”Inspirasi Al-Qur’an dan Hadis dalam Menyikapi Informasi Hoax”, *Al Quds Jurnal Studi Al-Qur’an dan Hadis*, Vol.2 No.1, 2018.h.44

Fahrina Ilham, dkk, “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan terpaan Pesan Iklan Kampanya Politik di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2014.

SUMBER DARI INTERNET

[https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional.pdf](https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf). (04 Mei 2018)

<https://tafsirq.com/24-an-nur/ayat-11#tafsir-quraish-shihab> (14 Juli 2018)

<http://mastel.id/tahun-2017-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-143-26-juta/> (03 Juni 2018)